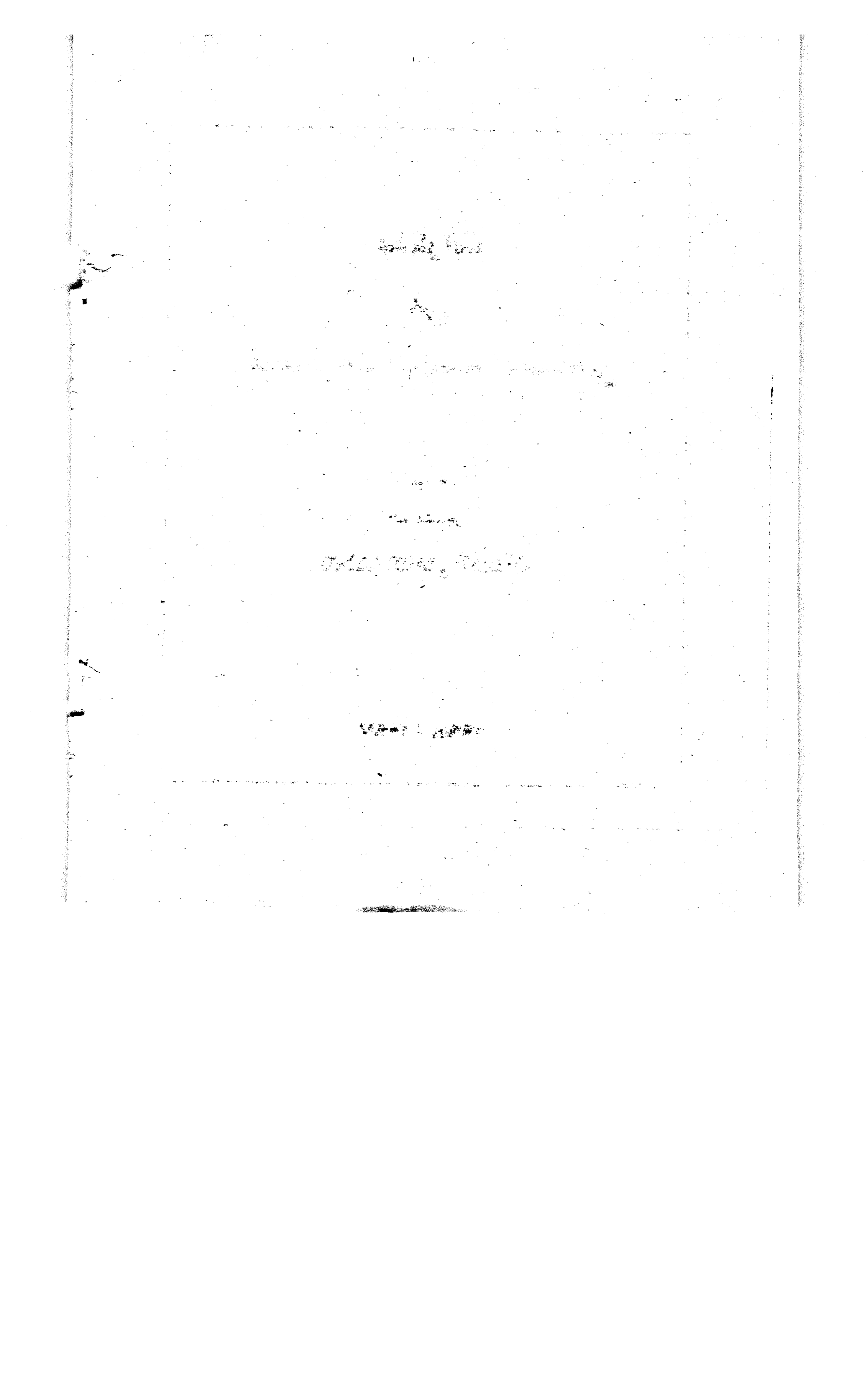
مذكرات
فى
اقتصاديات النشاط السياحى

تأليف

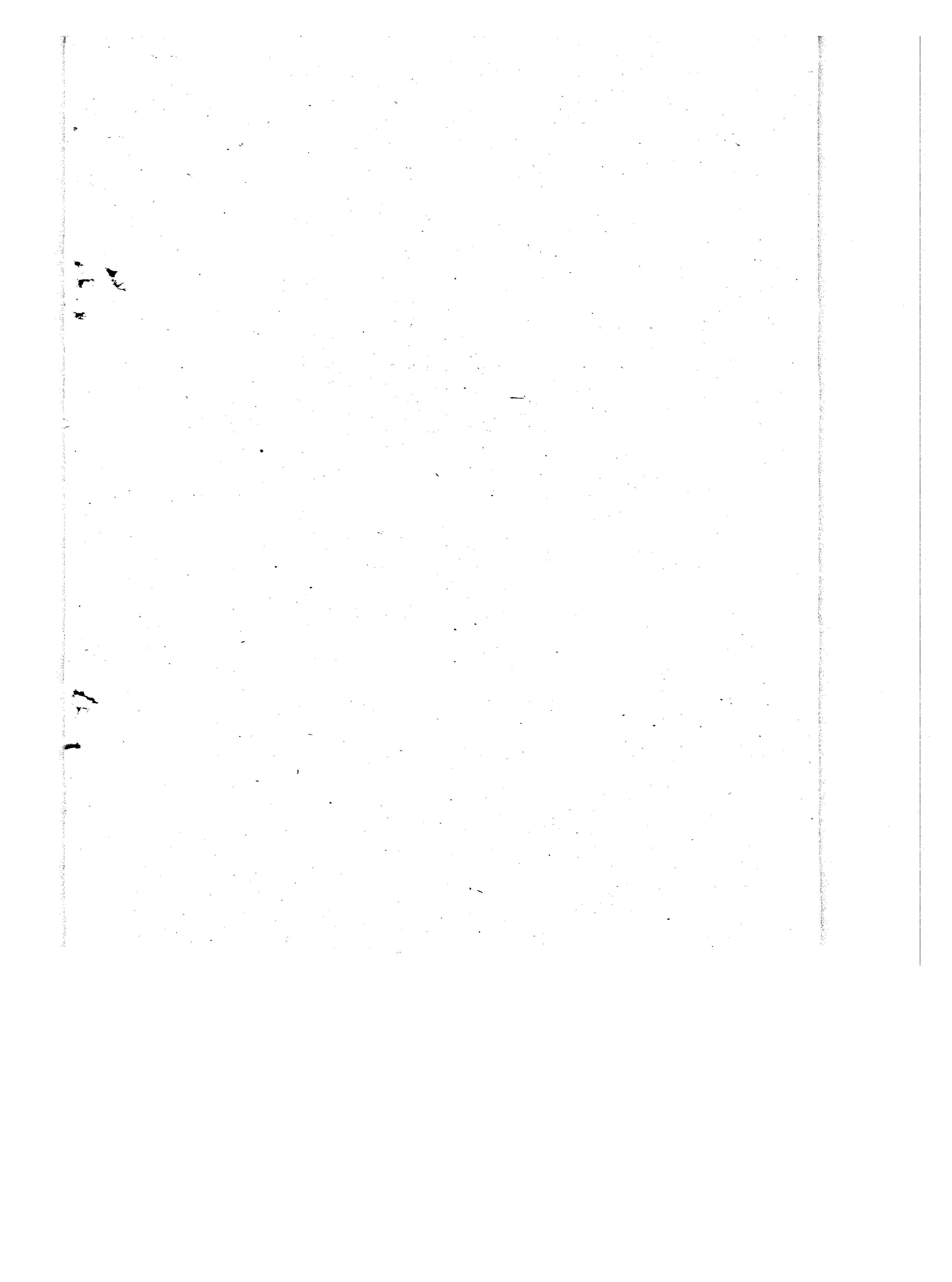
الدكتور

محمد موسى عثمان

١٩٩٧ / ١٩٩٨



بسم الله الرحمن الرحيم



المقدمة

ما من صناعة فى العالم لاقت من الرواج والانتشار ما لاقته صناعة السياحة فى السنوات الأخيرة نظرا لدورها الهام فى تنشيط وتمويل اقتصاديات كثير من الدول المتقدمة والنامية ، هذا بالاضافة الى كونها أداة لنشر المحبة والسلام والتفاهم بين الشعوب ووسيلة لدعم التبادل الثقافى والاعلامى .

وتختلف درجة مساهمتها فى تمويل التنمية الاقتصادية من دولة الى أخرى تبعا لاختلاف درجة نموها ونشاطها ، ولقد تطورت أهمية السياحة فى العصر الحديث وأصبحت مصدرا رئيسيا من مصادر الدخل ، وأصبح النقد الأجنبى الذى تدره السياحة على الدولة من أهم دعائم الاقتصاد القومى .

وتتطلب الثروة السياحية المحافظة عليها وتنميتها وذلك للحصول على أعلى عائد منها ، فلا بد من حشد طاقات المجتمع وأجهزته لخدمة البنية السياحية ومنح الأجهزة العاملة فى مجال السياحة القدرات والامكانيات التى تمكنها من احداث الهيئة السياحية ، وحيث أن السياحة تمثل الصناعة الأكثر تطوراً وقابلية للتطويع ، فإنه يجب تحسين وتركيز المنتج السياحى والذى نطلق علية (العرض السياحى) ، وتنشيط الطلب عليه ، كى تصبح السياحة المصدر الرئيسى للدخل القومى ، وبما تسهم به من دعم لميزان المدفوعات وتحقيق النمو المتوازن للبنيان الاقتصادى للدولة .

ولأهمية السياحة حاليا ، فإنها ستكون الصناعة الأولى خلال القرن القادم (القرن الحادى والعشرين) لارتباطها برغبة الانسان فى التنقل والتمتع بمباهج الحياة ، فى نفس الوقت الذى يزداد فيه دخله ويرتفع فيه مستوى معيشته ، لذا سيسمى هذا القرن بقرن السياحة ، لهذا السبب تحظى السياحة باهتمام دولى متزايد ، ومع أن مصر لم تحقق نصيبها العادل من الحركة السياحية الدولية - بالرغم من أن الأقصر بها $\frac{1}{3}$ الآثار السياحية بالعالم - غير أنها تستطيع بالتخطيط العلمى الشامل للتنمية السياحية أن تضاعف مواردها ، لما تتميز به من مقومات سياحية كثيرة ومتنوعة .

ومن هذا المنطلق جاء هذا الكتاب (مذكرات في اقتصاديات النشاط السياحي) مواكبا لأهميتها لمصر ، متناولا الموضوع في ست فصول . . يوضح الفصل الأول العلاقة بين علم الاقتصاد والسياحة من خلال الاشارة الى دورة الانتاج والتوزيع ، عناصر الانتاج ، الهيكل الاقتصادى ، والسياحة كأحد عناصره ، ثم فرص النمو السياحى فى المستقبل .

- وفى الفصل الثانى دراسة مستحدثة لنظرية العرض والطلب وأثرها على تكلفة الرحلة السياحية ، وتأثير التغير فى تكلفة الرحلة على الطلب السياحى (مرونة الطلب السياحى) وكيفية تحديد السعر بالنسبة للسلع والخدمات السياحية .

- ويشير الفصل الثالث الى الدخل القومى والتنمية الاقتصادية ببيان تعريفه وعلاقاتهما ، مع اعطاء فكرة عن النقود والبنوك والتجارة الخارجية ، ثم فكرة عن مظاهر التخلف الاقتصادى ودور السياحة فى تحقيق التنمية الاقتصادية .

- ويحلل الفصل الرابع عناصر النشاط السياحى وخصائصه ، وتأثيراته الاقتصادية وأخيرا اعتبار السياحة مرفقا قوميا ، ويدرس الفصل الخامس العمالة السياحية من خلال بحث وبيان فرص العمالة فى صناعة السياحة وتوفيرها لها ، والصفات المطلوبة للعاملين فى النشاط السياحى وأخيرا العمالة السياحية فى مصر .

- وتم تخصيص الفصل السادس لدراسة ميزان المدفوعات والميزان السياحى بعرض شامل لتعريفهما وأقسامهما ، وتأثير النشاط السياحى على عناصر ميزان المدفوعات ، وأثر السياحة الدولية فى تدعيم ميزان المدفوعات فى الدول النامية ومنها مصر ، وأخيرا اعطاء فكرة عن سعر الصرف وأهميته بالنسبة للنشاط الاقتصادى مع الاشارة لمصر .

ولقد راعينا أن يتم عرض هذه الموضوعات فى صورة مبسطة تلائم مستوى الدارس ، واعطاء فكرة عن بعض النواحى الاقتصادية التى يجب أن يلم بها الدارس غير المتخصص ، خاصة أن هذا المقرر لم يسبقه دراسة مبادىء علم الاقتصاد ومبادىء علم السياحة . لذا جاء هذا الكتاب ليجمع بينهما فى صورة شاملة جامعة لهما ، وبما يتفق وثقافة الدارس والمتغيرات المستقبلية للقرن الحادى والعشرين .

ويأمل المؤلف أن يسهم هذا الكتاب فى تحديث الفكر السياحى فى مصر . ووضع اللبنة الأولى لخلق جيل سياحى ناجح واع

... الفصل الأول ...

العلاقة بين علم الاقتصاد والسياحة

.....

تعتبر السياحة ذات أهمية كبيرة بعد الزراعة والصناعات التحويلية بالنسبة للاقتصاد القومي ، خاصة فى الدول التى يتوافر لديها فائض من القوى البشرية المدربة والمثقفة ، حيث يعد العنصر البشرى العنصر الحاكم والممارس للنشاط السياحى .

وإذا كان علم الاقتصاد يمكن تعريفه بأنه : " علم الموارد النادرة " ، ومن ثم فقد برزت أهمية الجوانب الاقتصادية لقطاع السياحة بعد أن أصبح أحد المكونات الهامة فى الهيكل الاقتصادى فى كثير من الدول ، وبعد أن أصبحت السياحة تمثل أكثر من ٨ ٪ من الناتج العالمى .

ومن هنا فإن العلاقة بين علم الاقتصاد والسياحة علاقة وثيقة تؤكدها الاعتبارات الآتية :

١. إن التنمية عن طريق استغلال الموارد والطاقات الذاتية تمثل أفضل أنواع التنمية التى تجعل الاقتصاد أكثر ثباتا ورسوخا ، بالاضافة الى امكانات تطويرها لخدمة الأهداف القومية ، ولاشك فى أن السياحة من أكثر الامكانات الذاتية لمصر ، والتى يمكن أن يحقق استغلالها عوائد وموارد كبيرة .
٢. إن السياحة فى مصر تعتبر القطاع الانتاجى الثالث بعد الزراعة والصناعة لكونها مصدرا هاما وسريعا للعملات الأجنبية ، ومن ثم وسيلة من وسائل موازنة ميزان المدفوعات بجانب المصادر الرئيسية الأخرى مثل : البترول وقناة السويس ، وتحويلات المصريين من الخارج .
٣. إن السياحة لاتحتاج الى انفاق كبير من النقد الأجنبى سواء فى استثماراتها أو فى مصروفاتها التجارية بالاضافة الى قدرتها على تشغيل أعداد متزايدة من العاملين ، وتنمية الصناعات البينية وتنشيط عددا من القطاعات الأخرى مثل : صناعة الأغذية وصناعة البناء والفندقة والمرافق المختلفة من طرق ومطارات وموانى وغيرها .

هذه الاعتبارات تجعل من الضروري وضع سياسة واعية تحقق ما يأتي :

١. فكر اقتصادي سياحي شامل يرمي الى تحقيق أهداف محددة بطريقة علمية واقعية ، اذ أن تحديد أهداف العمل السياحي أمر لازم لبيان نوعية السائح الذي نريده لمصر ، وكذلك أنماط السياحة التي نريد تحقيقها ، وذلك للوصول الى منتج سياحي متميز من أجل سياحة متميزة .

٢. خطة شاملة لمصر كلها طويلة المدى ، تشارك في وضعها كافة الجهات المختصة والأجهزة المعنية بالاقتصاد وبالحركة السياحية .

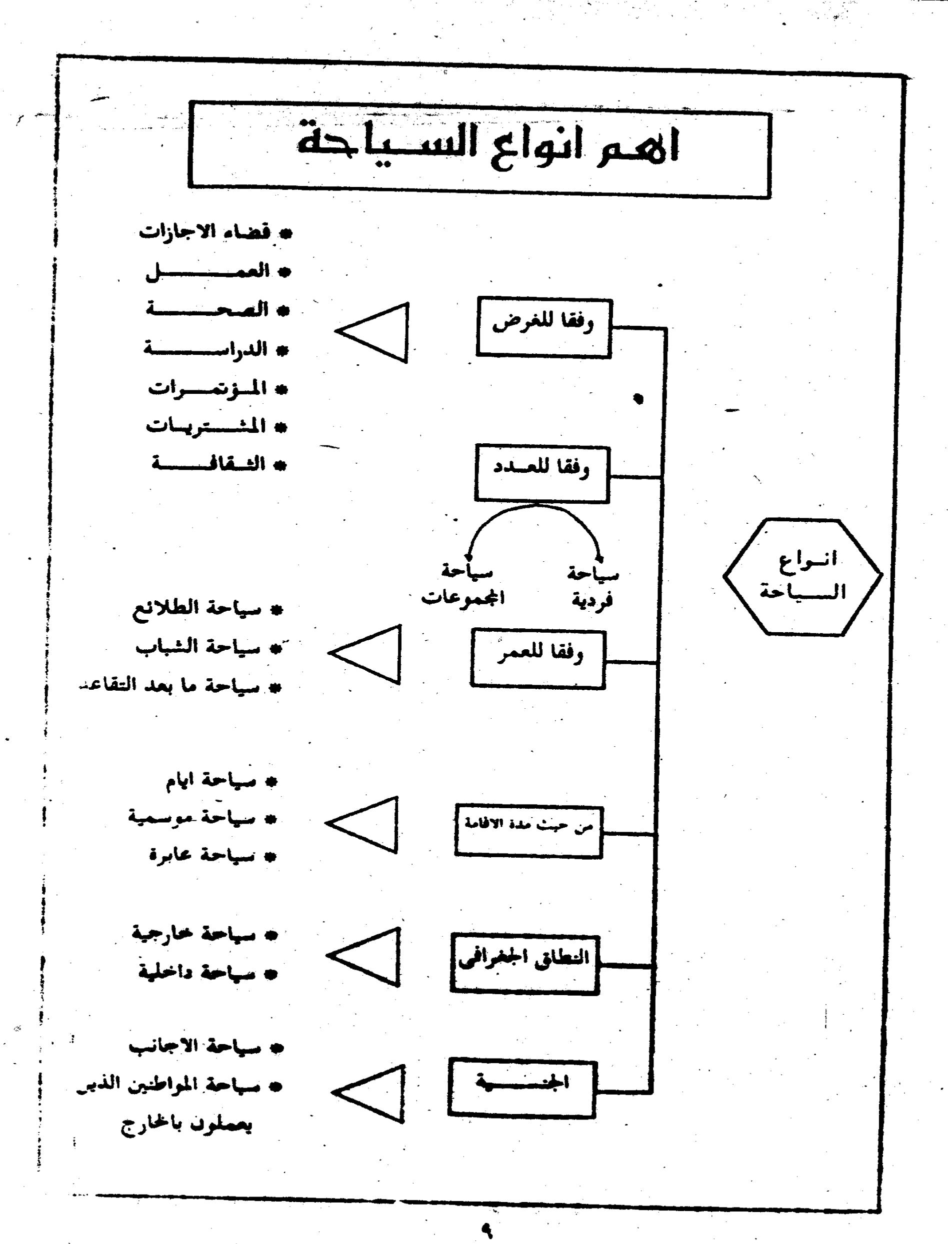
٣. حصر الموارد الاقتصادية لمصر ، ومنها موارد الثروة السياحية من خلال جرد علمي يستهدف استغلال امكاناتنا السياحية استغلالا سليما للإفادة القصوى من هذه الثروة .

٤. الاهتمام بالاستفادة من مختلف نوعيات السياحة المتخصصة ، مثل سياحة المؤتمرات والسياحة العلاجية ، والسياحة الدينية ، والترفيهية ، وسياحة الشباب . وتوزيعها على فترات متباينة لتعميم المد السياحي في جميع مناطق مصر طول العام . أنظر الشكل ص٦

٥. سياسة تسويقية مرنة تغذيها بحوث ودراسات دقيقة متتابعة ، مثل الاهتمام بالنقل الجوي العارض (الشارتر) وذلك بهدف زيادة الحركة السياحية وخاصة الى المنتجعات السياحية في جنوب سيناء (الطائرات الشارتر يمكن تأجيرها للعمل في رحلات عارضة من شركات الطيران التي تتبعها خطوط منتظمة ، حيث لا يتم تشغيلها وفقا لجدول زمني محدد ، بل يتم وفقا للتعاقدات التي تتم مع وكالات السفر ومنظمي الرحلات لنقل أفواج السائحين عن طريق الايجار) .

وحتى يتسنى نجاح السياسة السابقة لدعم العلاقة بين الاقتصاد والسياحة ، يقتضي الأمر مجموعة من الاجراءات ، أهمها :

- اعتبار السياحة مرفقا قوميا ، وتأكيد ذلك باستصدار تشريع واضح وحاسم .
- تعديل اختصاصات المجلس الأعلى للسياحة بما يؤكد فاعليته ، ويمكنه من القيام بدوره في وضع السياسات العامة للسياحة ، والتنسيق بين الجهات الرسمية وغير الرسمية التي يتصل نشاطها بها .



اهم انواع السياحة
انواع السياحة
وفقا للغرض
* قضاء الاجازات
* العمل
* الصحة
* الدراسة
* المؤتمرات
* المشتريات
* الثقافة
وفقا للعدد
سياحة فردية
سياحة المجموعات
وفقا للعمر
* سياحة الطلائع
* سياحة الشباب
* سياحة ما بعد التقاعد
من حيث مدة الاقامة
* سياحة ايام
* سياحة موسمية
* سياحة عابرة
النطاق الجغرافى
* سياحة خارجية
* سياحة داخلية
الجنسية
* سياحة الاجانب
* سياحة المواطنين الذين يعملون بالخارج

- اعتبار نهر النيل وشواطئه مرفقا قوميا ، بحيث تعطى له أولوية لإقامة المشروعات السياحية وفقا لمواصفات محددة ، مما يزيد الدخل القومى ، ويحقق ازدهار المحافظات .
- تشجيع القطاع الخاص فى مجال السياحة ، ودعمه لـيزيد من مشاركته فى انشاء مشروعات جديدة بالمناطق السياحية ، وخاصة النائية ، مع تقرير حوافز عينية كحق الانتفاع بالأراضى الصحراوية أو تملكها بشروط ميسرة .
- النهوض بقطاع الفنادق وادارته للإسهام فى تحقيق التنمية السياحية المتميزة .
- ضرورة اصدار دليل سياحى يتضمن التشريعات والقرارات المتعلقة بتنظيم النشاط السياحى ، ويوضح الاجراءات اللازمة لممارسة هذا النشاط والعمليات النقدية المرتبطة به ، وكذلك اصدار دليل علمى شامل بعدة لغات ، توضح به جميع المناطق السياحية ومميزات كل منها ، والفنادق والمرافق السياحية ، وجميع المعلومات التى يحتاج اليها السائح ، مع نشره على أوسع نطاق ممكن .
- تنسيق الجهود التسويقية بين مختلف المكاتب المصرية الخارجية التابعة لوزارة السياحة ، وهيئة الاستعلامات ، وشركات مصر للسياحة ومصر للطيران ومكاتب التمثيل التجارى ، لكى تصبح أدوات فعالة للتسويق السياحى .

•••••

ويتعين علينا قبل الانتقال الى عناصر هذا الفصل أن نضع بعض التعريفات لمدلول كل من الاقتصاد والسياحة والسائح ، بما يتفق ومحدثات الحاضر وتوقعات المستقبل .

الاقتصـــــاد : Economics

يستمد الاقتصاد أهميته الخاصة من صلته الوثيقة بالحياة اليومية لكل انسان وتطلعاته وطموحاته المستمرة الى حياة أفضل ، وهناك أكثر من تعريف لعلم الاقتصاد – نختار منها :

" علم الاقتصاد فرع من العلوم الاجتماعية ، يبحث فى الاستخدامات المتعددة للموارد الانتاجية لانتاج السلع و الخدمات ، وتوزيعها للاستهلاك فى الحاضر والمستقبل بين أفراد المجتمع "

وهناك تعريف أخر هو : " علم الاقتصاد هو علم دراسة السلوك الانسانى فى استخدام موارد البيئة لاشباع حاجاته "

.. مما يتطلب الاهتمام بتفسير ووضع معايير للسلوك الانسانى عند اقدامه على استخدام الموارد المتاحة والمحدودة لاشباع احتياجاته غير المحدودة وبحيث توضع تلك الموارد فى أفضل استخداماتها الممكنة ليتم الانتاج طبقا لسلم التفضيل الجماعى ، مع العمل على زيادة هذه الموارد كما وتحسينها نوعا ، حتى يتحقق معدل نمو مرتفع للاقتصاد القومى لضمان ارتفاع مستوى المعيشة .

السياحة : Tourism

" هى مجموعة من الظواهر والعلاقات التى تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الأجنبى إقامة مؤقتة ، وبحيث لاتتحول الى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور " .

ويلاحظ أن هذا التعريف يبرز الحقائق التالية :

١ - تنشأ السياحة نتيجة لتنقل الأشخاص وإقامتهم فى أماكن مختلفة .
٢ - تتضمن السياحة السفر والإقامة بما فى ذلك الأنشطة المترتبة عليها .
٣ - يكون السفر والإقامة فى غير المكان الذى اعتاد أن يقوم فيه السائح أو يعمل فيه
٤ - أن الحركة الى المكان المقصود تكون مؤقتة وقصيرة الأجل بقصد العودة خلال أيام أو أسابيع أو شهور ، وبحيث يكون هناك حد أدنى وحد أقصى (١)
٥ - أن زيارة المناطق المقصودة تكون لأغراض غير أغراض الاقامة الدائمة أو أغراض العمل .

وطبقا لهذا التعريف يمكن أن تترتب بعض النتائج منها :

أولا : من الضرورى أن تتضمن السياحة عنصر السفر ولكن ليس العكس بصحيح ، فكل سائح يعتبر مسافرا ، ولكن ليس كل مسافر يعتبر سائحا .

ثانيا : أن حركة السائح تتميز بأنها حركة أشخاص وقتية وقصيرة الأجل ، بينما تكون حركة المهاجر حركة طويلة الأجل وتأخذ شكل إقامة دائمة .

ثالثا : ان حركة السياحة تختلف عن حركة الهجرة قصيرة الاجل ، فالأخيرة تمثل حركة العمل الموسمية أو المؤقتة بغرض العمل ، بخلاف حركة السياحة فهى وقتية وقصيرة الأجل وتتم بغرض المتعة ، فالسائح يحصل على دخل فى مكان وينفقه فى المكان المقصود او وهو فى الطريق اليه ، فهو مجرد مستهلك لايحقق دخلا فى المكان الذى يقصده .

نخلص مما تقدم الى أن السياحة هى ظاهرة اقتصادية اجتماعية تتمثل فى انتقال الفرد مؤقتا من البلد الذى يقوم فيه على سبيل الاعتياد الى بلد آخر أو منطقة أخرى لأى غرض غير الهجرة أو قبول العمل باجر مع انفاق ما حققه بما يعود عليه بالمتعة والترويح .

---

(١) وعلى ذلك يستبعد من تعريف السياحة السفر الذى يقل عن ٢٤ ساعة ، والسفر الذى يزيد عن سنة .

السائح : Tourist

" هو الشخص الذى ينتقل من مقر إقامته المعتاد الى وجهة أخرى لغير أغراض الكسب المادى أو ترتيب هجرة دائمة لمدة لاتقل عن أربع وعشرين ساعة ولاتزيد عن عام .

والآن نشرح موضوعات هذا الفصل بعد الوقوف على المقصود من كل من الاقتصاد و السياحة و السائح ، ولإعطاء الدارس أفكار مبسطة حول كل جانب منها .

١ .. دورة الانتاج والتوزيع

من المعروف أن دورة الانتاج والتوزيع فى الاقتصاد تسير كما يلى :

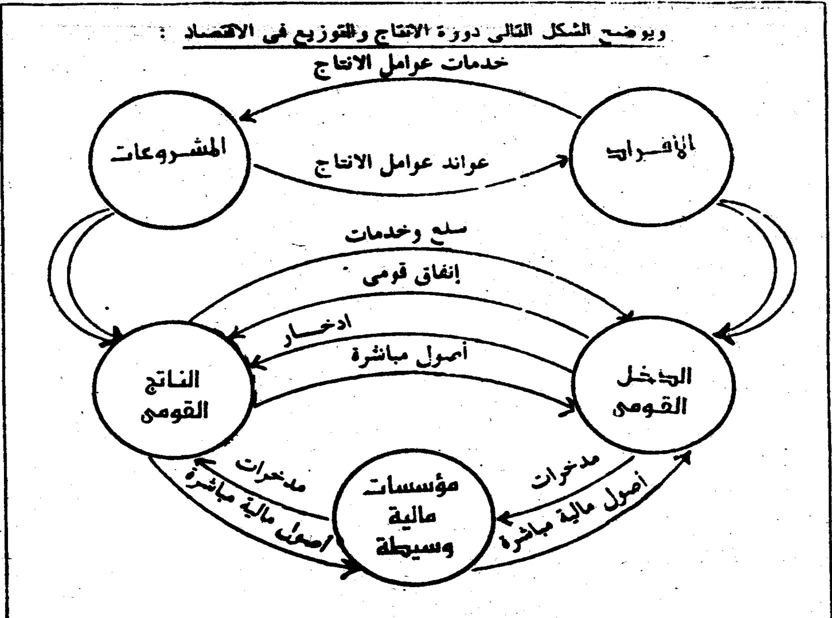
١. يقدم الأفراد خدمات عوامل الانتاج الى المشروعات (عمل ، طبيعة ، رأس مال ، تنظيم) ويحصلون فى مقابل ذلك على (أجر ، ريع ، فائدة ، ربح) نتيجة لمشاركتهم فى العملية الانتاجية .

٢. تقوم المشروعات بالانتاج فيحصل عليه الأفراد مقابل انفاقهم الاستهلاكى ، ومعنى هذا أن هناك دورة للسلع ودورة للنقود .

٣. يدخر الأفراد جزء من دخلهم ليتم استثماره فى العملية الانتاجية ، حيث تقوم المشروعات بالاستثمار مقابل أصول مباشرة ومعنى هذا أن هناك دورة عكسية أى دورة للنقود ودورة للسلع .

٤. يقدم الأفراد مدخراتهم للمؤسسات المالية الوسيطة والمعروفة باسم البنوك مثلا ، مقابل أصول مالية غير مباشرة .
تقدم هذه المؤسسات المالية الوسيطة الادخار الى المشروعات فى مقابل أصول مالية مباشرة

ويوضح الشكل التالي دورة الانتاج والتوزيع في الاقتصاد :



ومن هذا الشكل يتضح أن :

الدخل القومي = الناتج القومي = الانفاق القومي

حيث يمثل الدخل القومي : عوائد عوامل الانتاج

الناتج القومي : السلع والخدمات المنتجة

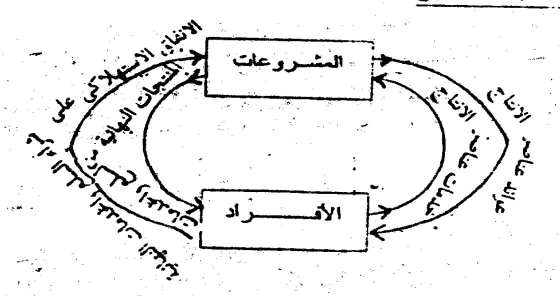
الانفاق القومي : انفاق الأفراد والمشروعات والحكومة

وسوف يتم دراسة وتحليل جوانب هذه الدورة في الفصول التالية من هذا الكتاب ، وبالطبع تلعب السياحة دورا كبيرا في عناصر الدورة السابقة ، ويمكن الشرح لهذه الدورة بايجاز في أن انتاج السلع والخدمات يمثل الهدف النهائي للمجتمع ، اذ يتوقف على مستوى الناتج الاجمالي نصيب الفرد من السلع والخدمات ، أي مستوى معيشته ، ولذا كان من الطبيعي أن يصبح الناتج الاجمالي للمجتمع محور الاهتمام ، يعمل الاقتصاديون على قياسه ، وتتبع معدلات نموه ، وبذلك أصبح ادراك حجم الناتج القومي من أهم المعلومات التي يجب أن يلم بها الباحث الاقتصادي ، لكي يقف على صورة واضحة للاقتصاد ، وقدرته الانتاجية ، ومدى التغير في هذه القدرة على مر السنين ، وفي ظروف السلم والحرب ، والرواج والكساد .

والذى ينتج أو يساهم فى الانتاج ، يحصل على مقابل نقدى لمجهوده ، يسمى الدخل ، ودخل الفرد عادة يأخذ شكل عائد دورى ، يحصل عليه فى نهاية كل فترة زمنية محددة ، وتأخذ دخول الافراد صورا متعددة ، يمكن إجمالها فى أربعة أنواع : فجزء كبير منها يكون فى شكل اجور Wages ومهايا Salaries يتقاضاها الأفراد مقابل مساهمتهم بمجهوداتهم الجسدية أو الذهنية فى العمليات الانتاجية ، وجزء اخر من هذه الدخول يأخذ شكل الريع Rent الذى يحصل عليه ملاك الأرض التى ساهمت فى العمليات الانتاجية ، وجزء ثالث من هذه الدخول يكون فى شكل فوائد Interests يحصل عليها الأفراد مقابل مساهمة رؤوس الأموال التى يمتلكونها فى العمليات الانتاجية ، وأخيرا يأخذ جزء من الدخول شكل أرباح Profits مقابل جهود المنظمين الذين ساهموا فى العمليات الانتاجية ، حيث تظهر هذه الأرباح فى صورة فائض من الايرادات الكلية للمشروعات الانتاجية بعد دفع نفقات الانتاج المتمثلة فى شكل عوائد عوامل الانتاج الأخرى (العمل ، والأرض ، ورأس المال) .

هذا عن الأفراد ، أما الايراد الذى يحصل عليه المشروع نتيجة قيامه بالانتاج فليس دخلا بالمعنى السابق ، وانما هو فى الواقع عائدا اجماليا مركبا ، يشتمل على دخول عدد كبير من الأفراد ، هم العمال وأصحاب العقارات وأصحاب رؤوس الأموال ، التى ساهمت فى الانتاج ، بالاضافة الى ربح المنظم .. أى أن هذا الايراد الاجمالى يوزع فى الواقع فى شكل دخول لهؤلاء الذين شاركت خدماتهم فى الانتاج .

مما سبق يمكننا أن نفرق بين حلقتين أو دورتين متميزتين تشمل كل منها الاقتصاد القومى ككل ، وتمثل احداهما تدفقات دائرية للسلع والخدمات Circular Flow of Goods & Services بينما تمثل الأخرى تدفقات دائرية للنقود Circular Flow of Mony ، ويمكن تصوير ذلك بالشكل التالى :



أما الدورة الأولى (دورة السلع) فتمثل كما يبين الرسم ، انتقال خدمات عوامل الانتاج من الأفراد – الذين هم ملاك لهذه العوامل الانتاجية – الى المشروعات التى تستعين بتلك الخدمات فى القيام بانتاج (تدفق مستمر) من المنتجات النهائية من سلع مادية أو خدمات ، تأخذ طريقها الى المستهلكين (وهم الأفراد الذين قاموا فى البداية بإمداد المشروعات بخدمات عناصر الانتاج) .

وفى نفس الوقت تتم دورة أخرى ، هى دورة النقود ، ولكن فى الاتجاه العكسى ، ففى مقابل الخدمات الانتاجية التى يقدمها الأفراد الى المشروعات باعتبارهم ملاك لعناصر الانتاج ، يتقاضون عوائد نقدية من أجور ومهايا ، وريع ، وفوائد ، وأرباح ، ولكن هذه العوائد النقدية – أى دخول الأفراد – تستخدم فى شراء السلع والخدمات ، التى تذهب حصيلتها الى المشروعات التى قامت ببيعها الى المستهلكين .

وهكذا تتم دورة النقود بين الأفراد والمشروعات الانتاجية .

وبقليل من التأمل لمضمون دورة السلع ودورة النقود أو دورة الانتاج والتوزيع ، يتضح أن النشاط الاقتصادى للمشروعات الانتاجية ، يتلخص فى تعاملها فى سوقين متميزين :

الأولى : سوق عناصر الانتاج :

حيث تقوم المشروعات بشراء خدمات هذه العناصر مقابل عوائد تدفعها لهم من حصيلة ايرادات بيعها للسلع النهائية ، وقد رأينا أن هذه العوائد هى : ريع الأرض ، وأجور العمال ، والفائدة على رأس المال ، ثم ما يتبقى فهو ربح المنظم .

الثانية : سوق السلع والخدمات النهائية :

حيث تقوم المشروعات ببيع هذه السلع والخدمات للأفراد لتحصل مقابل ذلك على ايرادات من هذا البيع : هى التى تدفع بعد ذلك لخدمات العناصر فى الدورة التالية وهكذا .

٢.. عناصر الانتاج (العمل / الطبيعة / رأس المال / التنظيم)

يعرف الاقتصاديون العوامل التى يستخدمها الانسان لانتاج [illegible] السلع والخدمات بأنها عناصر الانتاج – وتنقسم الى أربعة هى :

أولا : العمل

لايعتبر العنصر البشرى مجرد مورد اقتصادى ، بل هو المبرر لوجود النشاط الاقتصادى برمته ، وفيما يلى نتناول باختصار العمل كعنصر من عناصر الانتاج ، وذلك من خلال تعريفنا لهذا العنصر ، وشرح العوامل التى تحدد حجم العمل فى أى مجتمع من المجتمعات والتى تنحصر فى عدد الأفراد القادرين على العمل فى المجتمع ، وكذلك الكفاءة الانتاجية .

تعريف العمل كمورد انتاجي :

هو كل جهد يبذل أو من الممكن أن يبذل فى سبيل انتاج السلع والخدمات مقابل أجر " .

وفيما يلى تفصيل لما يعنيه كل عنصر من عناصر هذا التعريف :

أ- كل جهد يبذل : تعنى عبارة كل جهد أن العمل يشمل أولئك الذين يساهمون فى العملية الانتاجية سواء بجهدهم العضلى أو بجهدهم الذهنى ، وعلى ذلك يعتبر عامل الانتاج من [illegible] العمل ، كما يعتبر عامل الصيانة وعامل البيع وكذلك كتبة الحسابات وموظفو الإدارة ضمن عنصر العمل أيضا ، وهكذا نجد أن العمل يشمل جميع الجهود المبذولة فى العملية الانتاجية عضلية كانت أو ذهنية .

ب - أو من الممكن أن يبذل : لايشمل عنصر العمل من يساهمون فى العملية الانتاجية فحسب ، بل يشمل أيضا أولئك الذين أتموا تعليمهم وتدريبهم على القيام بالعمل ، ولكن لم يجدوا فرصة عمل يساهمون من خلالها فى العملية الانتاجية ، ولذلك فرغم أن هذه الفئة لاتقوم بعمل فعلى الا أنهم على استعداد للقيام به اذا أتيحت لهم فرصة عمل مناسبة .

جـ- في سبيل انتاج السلع والخدمات : لايكفى أن يقوم العامل بأى عمل أو من الممكن أن يقوم به لو توافرت فرصة عمل مناسبة ، وانما يشترط أن يؤدى هذا العمل الى المساهمة فى زيادة الانتاج وذلك بمعنى أن يكون عملاً منتجا .

ولايقتصر العمل المنتج على نشاط انتاج السلع فقط ، بل يتعدى ذلك ليشمل نشاط انتاج الخدمات ، وقديما كان العمل المنتج هو ذلك الذى يشمل انتاج السلع فقط ، أما الآن وبعد زيادة أهمية الخدمات أصبح العمل فى مجال الخدمات يعتبر عملا منتجا ، وهكذا يمكن القول بأن العمل المنتج هو ذلك الذى يساهم أو من الممكن أن يساهم فى خلق منفعة وذلك عن طريق انتاج سلعة أو خدمة .

د - مقابل أجر : لايعتبر الجهد المبذول أو الممكن بذله عملا الا اذا تقاضى العامل أجرا على عمله ، وتأسيسا على ذلك نجد أن الفنان الذى يرسم لوحة معينة تشبع رغبة خاصة لديه لمزاجه الشخصى ، لايدخل جهده فى عداد العمل لأنه لايتقاضى أجرا عليه ، أما اذا باع الفنان لوحاته فانه بذلك يتقاضى أجرا على عمله ، وبذلك يدخل جهده فى عداد عنصر العمل ، وقد أثارت هذه النقطة جدلا كثيرا فيما يتعلق بجهد ربة البيت ومدى اعتبار عملها من النوع المنتج - استنادا الى حقيقة أهمية ما تقدمه للأسرة من خدمات كثيرة - أو غير المنتج - لأنها لاتتقاضى عليه أجرا . اختلف الاقتصاديون كثيرا حول هذا الموضوع فمنهم من يؤكد أنه عمل منتج رغم أن ربة البيت لاتتقاضى عليه أجرا ، هذا بالاضافة الى أنها اذا لم تقم بعملها فسوف يقوم به عامل آخر يتقاضى عليه أجرا .

وقد عارض البعض الآخر فى احتساب عمل ربة البيت ضمن عنصر العمل مستندين فى ذلك على حرفية التعريف وعلى حقيقة أن ربة البيت لاتأخذ أجرا مقابل عملها ، ولابد لنا أن نشير فى هذا الصدد الى أن عمل ربة البيت هو عمل منتج يجب أن يعتبر ضمن عنصر العمل كمورد اقتصادى ، ولكن تكمن الصعوبة فى طريقة حسابه وامكانية ظهور احصاءات ضمن احصاءات قوة العمل ، وقد بدأت الدول المتقدمة فى ادخال جهد ربة البيت ضمن احصاءات قوة العمل ولكن ذلك يحتاج الى نظام احصائى دقيق ووعى ثقافى لايتوافر غالبا فى الدول النامية .

العوامل التى تحدد حجم قوة العمل :

يتحدد حجم قوة العمل فى أى مجتمع بعاملين أساسيين هما : عدد السكان القادرين على العمل ، والكفاءة الانتاجية لقوة العمل ، وفيما يلى نتناول باختصار كلا من هذين العاملين بالشرح والتحليل :

أ - عدد السكان : يتأثر عدد السكان القادرين على العمل فى أى مجتمع بعدة عوامل بعضها سكانية تتمثل فى حجم السكان وتوزيعهم حسب فئات السن المختلفة ، وتوزيعهم حسب النوع ، بعضها بيئية كعادات المجتمع وتقاليده ونظرته الى مدى اسهام المرأة فى قوة العمل أو احجامها عنه ، وكذلك على مدى مشروعية اشتغال صغار السن .

ولاشك أن عدد السكان هو أهم عامل يؤثر فى تحديد حجم قوة العمل ، حيث توجد علاقة طردية تربط بين حجم قوة العمل وعدد السكان ، فزيادة عدد السكان تودى الى زيادة حجم قوة العمل ولكن زيادة السكان تودى الى ضغط على الموارد الانتاجية المتاحة بالمجتمع مما يقلل من متوسط نصيب الفرد من الدخل ، ولذلك فعند دراستنا لعدد السكان كمصدر لحجم قوة العمل ، لابد وأن ندرس العلاقة بين عدد السكان والموارد الطبيعية والامكانيات الانتاجية المتاحة بالمجتمع (وهذا خارج موضوع هذا الكتاب) .

ب - الكفاءة الانتاجية للعمل : تتوقف مساحة العمل فى الانتاج على حجم قوة العمل والتى ترتبط مباشرة بحجم السكان ومدى كفاءة العمل الانتاجية التى تقاس بمدى زيادة انتاجيته ، ويمكن التعبير عن انتاجية العمل بقسمة الانتاج على كمية العمل المبذولة فيه .

وتتوقف الكفاءة الانتاجية للعمل على درجة التخصص وتقسيم العمل ، كما تتوقف على الية العمل ومدى تنظيمه ، ومن أهم العوامل التى تحكم درجة التخصص وتقسيم العمل :

١ - حجم السوق   ٢ - حجم المشروع

٣ - طبيعة العملية الانتاجية   ٤ - تراكم رؤوس الأموال

ثانيا : الطبيعة

المقصود بالطبيعة : " كل الموارد والقوى التى يجدها الانسان دون جهد وتشمل الأرض والموارد الطبيعية والرياح والأنهار وآبار المياه ومساقطها وآبار البترول والمناجم والأشجار وغيرها ، وعادة ما يعبر عن ذلك كله بالأرض .

فمنذ المراحل الأولى لتطور الفكر الاقتصادى ، كانت الأرض هى أول عناصر الانتاج التى اهتم بها الاقتصاديون ، وذلك باعتبارها عاملا أساسيا يحدد امكانيات انتاج السلع والخدمات ، وكلمة الأرض لايقصد بها فقط سطحها المادى الذى يعيش عليه الانسان ولكن أيضا كافة الموارد التى وهبتها له الطبيعة والتى لايمكن أن ينتجها كما سبق ذكره .

وفي ضوء متطلبات الانتاج الضخم والمتزايد للجنس البشرى ، من المتوقع ألا يكون هناك مورد اقتصادى كاف بالمعنى المطلق وندرة الموارد هذه أمر نسبى يتوقف على مستوى المعيشة الذى يطمح اليه المجتمع وعلى عدد أفراده .

وعموما هناك عدة عوامل تحكم مدى كفاية الموارد الطبيعية لحاجة الانسان اليها لانجاز نشاطه الانتاجى ، وهى :

١ - ثبات معالم الطبيعة الأساسية :

فالبيئة فى كل مجتمع على حدة لها خصائص أساسية محددة لاخيار للفرد فيها ، فهى قد تتميز بأرض خصبة صالحة للزراعة ، أو قد تكون غنية بالمعادن اللازمة لنشأة الصناعات ... الخ ، والنقطة الجوهرية هنا هى أن الانسان ليس له خيار فى تحديد ما تحتوى عليه البيئة المحيطة به من موارد ، كذلك فهو لايستطيع تكييف هذه الموارد بنفس السهولة التى يكيف بها مهارات العمال ، أو التى يغير بها أدوات الانتاج مثلا .

٢ - أثر المعرفة فى كفاية الموارد :

رغم أن المعالم الأساسية للبيئة محددة ، فإن توافر الموارد للانتاج يتوقف على علم الانسان بها أيضا وقدرته على استخدامها .

ويعنى ذلك أن التقدم العلمى يمكن أن يؤدى الى زيادة الثروات الطبيعية من خلال :

أ - الاكتشافات :

وبها فقط تصبح الثروات الدفينة فى باطن الأرض موارداً تسهم فى النشاط الانتاجى للمجتمع .

ب - التطور التكنولوجى :

فكافة العناصر الطبيعية المستخدمة فى الصناعة الحديثة كالبترول والمعادن - لم تصبح موارد عامة إلا بفضل التقدم التكنولوجى وما أدى اليه من تحسن فى طرق الانتاج ، فمثلا كانت مساقط المياه قديما مجرد معوقات للملاحة ، ولكن التقدم العلمى والفنى جعلها تستخدم الآن فى ادارة المولدات الكهربائية .

جـ - تقدم وسائل المواصلات :

فلا يكفى أن يعرف الانسان عن وجود الموارد ومجالات استخدامها ، وانما يجب أن يستطيع الوصول اليها ودون تكلفة باهظة تجعل استخدامها غير مشجع .

٣ - استنفاد الموارد :

تماما كما يمكن زيادة الموارد عن طريق المعرفة والتقدم العلمي ، فهي أيضا عرضة للنقصان ، ولكن بدرجات متفاوتة ، فالبعض لايبلى بالاستعمال ، مثل أرض البناء ، والبعض معرض للنفاد ولكن يمكن الحفاظ عليه باتباع القواعد السليمة في استخدامه : مثل الحفاظ على خصوبة الأرض والحفاظ على الغابات بمراعاة التوازن بين معدل نمو الأشجار ومعدل تقطيعها ، وأخيرا فإن بعض الموارد لابد وأن تتعرض للنفاد ، مثل ثروات البترول والمعادن المختلفة التي لابد وأن ينقص رصيدها كلما استخرج قدر منها .

٤ - تعويض النقص في الموارد من خلال التجارة الخارجية :

ذكرنا أن وسائل المواصلات عامل هام محدد للكمية المتاحة من الموارد الطبيعية ، وهناك من الدول أو المناطق مالاتقتصر في استخدامها للموارد على ماتشتمل عليه مساحتها الجغرافية فقط ، فعن طريق التجارة يمكن أن تعتمد الدولة على موارد دول أخرى ، مما يحقق فائدة متبادلة لطرفي التبادل .

ويستخلص مما سبق أن ما يستخرجه الانسان من الطبيعة من مواد خام هو أمر يتوقف على التقدم العلمي والمستوى الفني السائد ، من خلال :

- اكتشاف موارد غير معروفة من قبل .
- خفض نفقات استخراج المادة الخام بما يجعل استغلالها مجزيا اقتصاديا .
- خفض نفقات استخدام المادة الخام ذات المستوى الرديء ، بما يجعل الاستعانة بها في الانتاج مجزيا اقتصاديا .
- بل أن تعريف المادة الخام نفسه يتوقف على المستوى العلمي والتكنولوجي السائد ، فاليورانيوم مثلا ما كان ليصبح مادة خام ذات أهمية لولا التقدم في علم الذرة .

ثالثا : رأس المال

يمكن تمييز رأس المال عن عنصري الانتاج السابقين (العمل ، الطبيعة) بتعريفه بأنه : ذلك العنصر الذي ينتجه الانسان ليساعده في العملية الانتاجية ، متمثلا في الأنواع المختلفة من الآلات والمعدات والسلع التي يصنعها لهذا الغرض .

- ومعنى هذا أن رأس المال كعنصر من عناصر الانتاج يمثل تلك السلع التى تنتج لا لتستهلك مباشرة ، بل لتستخدم فى انتاج غيرها من السلع والخدمات ، وبذلك يضم رأس المال اضافة الى ما سبق المنشآت التى تمكن الافراد من القيام بالعملية الانتاجية أو تسهل لهم القيام بها .

ورأس المال كمورد اقتصادى لابد أن يتوافر فيه الشروط الاتيه :

- أن يكون حصيلة عملية انتاجية سابقة .
- أن يساهم فى الانتاج .
- أن يكون له ثمن .

ويتكون رأس المال من البنود الاتية :

- المواد الخام — السلع الوسيطة
- الالات والمعدات التى تقوم بالعملية الانتاجية
- الوقود والطاقة التى تستخدم فى الانتاج
- وسائل النقل — التغير فى المخزون

ويتم تكوين رأس المال بالامتناع عن الاستهلاك ، أى بالادخار الذى يتحول الى استثمار عن طريق تحويل المدخرات النقدية الى اصول رأسمالية ، وتتوقف كمية رأس المال فى دولة ما على معدل التكوين الرأسمالى فى هذه الدولة ، فالدولة التى تستهلك كل ما تنتجه لايمكن أن يتوافر لديها رأس المال ، أما اذا ادخرت جزءا من دخلها وزادت من معدل التكوين الرأسمالى بها ، فإن امتناعها عن جزء من الاستهلاك فى الوقت الحاضر سيتبعه تراكم رأسمالى كبير فى المستقبل ، مما يزيد من الطاقة الانتاجية لهذه الدولة .

ويتوقف حجم رأس المال فى أى دولة على معدل التكوين الرأسمالى الذى يتوقف بدوره على مستوى الدخل ، فكلما ارتفع مستوى الدخل كلما قلت النسبة المنفقة منه على الاستهلاك وزادت نسبة الادخار مما يزيد من معدل التكوين الرأسمالى فيزداد حجم رأس المال كما فى الدول المتقدمة ، أما اذا انخفض مستوى الدخل زادت النسبة التى تنفق منه على الاستهلاك فتقل نسبة الادخار مما يقلل بدوره من معدل التكوين الرأسمالى ويقل حجم رأس المال وذلك كما فى الدول النامية .

ولكن معدل تكوين رأس المال عادة ما يقل فى الدول النامية نظرا لقلة الموارد وانخفاض نصيب الفرد من الدخل ومن الاستهلاك ، ولايمكن تخفيض الاستهلاك عن حد معين لزيادة معدل تكوين رأس المال ، هذا بالاضافة الى أن تكوين رأس المال يحتاج الى كثير من الوقت الذى يجب أن يمر بين التضحية بالاستهلاك وبداية مساهمة رأس المال الجديد فى الانتاج لزيادة انتاج السلع والخدمات .

ولاشك أن تكوين رأس المال يتطلب دفع عوائد لعوامل الانتاج التى تشترك فى العملية الانتاجية لانتاج تلك السلع الرأسمالية ، وتمثل هذه العوائد دخولا لابد من انفاق جزء كبير منها على الاستهلاك فى الوقت الذى يقل فيه انتاج السلع الاستهلاكية ، ويؤدى ذلك الوضع الى ارتفاع عام فى الأسعار يؤدى استمراره الى التضخم ، وهكذا نجد أن عملية تكوين رأس المال فى الدول النامية غالبا ما تكون محفوفة بمخاطر التضخم .

التمييز بين رأس المال وبقية عناصر الانتاج :

يعتبر رأس المال عنصرا هاما من عناصر الانتاج ، ولكنه لايعتبر عنصرا مستقلا ، اذ أنه مزيج من العمل والطبيعة ، ولذلك فرأس المال هو العنصر الوحيد الذى ساهم الانسان فى انتاجه .

وأحيانا يصعب وضع حد فاصل بين الطبيعة ورأس المال ، فنادرا ما نجد أرضا على حالتها الطبيعية ، بل هى أرض سبق استصلاحها واستخدم الانسان فى ذلك كثيرا من المعدات الرأسمالية وكذلك مزيدا من الأسمدة والمخصبات التى تعتبر أيضا فى عداد رأس المال ، ولذلك فما نراه من أرض انما هو خليط من الأرض ورأس المال .

واذا ما يخلت الطبيعة بالأنهار (والتى تدخل فى تعريف الأرض كمورد اقتصادى) فانه يمكن شق الترع باستخدام رأس المال ، وعند اكتشاف موارد طبيعية جديدة لابد من رأس مال يساعد على استغلال هذه الموارد ، ولهذا غالبا ما يختلط رأس المال بالأرض الى حد يصعب معه وضع حد فاصل بينهما ، والفرق الوحيد بين هذين العنصرين هو ان رأس المال يفنى نتيجة لاستخدامه مهما طالت مدة مساهمته فى العملية الانتاجية ، أما الأرض فلا تفنى باستخدامها ، بل تبقى دائما كعنصر انتاجى يساهم فى العملية الانتاجية .

ولايعتبر رأس المال منافسا للعمل ، بل على العكس نجد أن زيادة استخدام رأس المال تتطلب كثيرا من العمال لصناعة تلك المعدات الرأسمالية ، كما تستلزم قيام كثير من العمال بتشغيلها عند اشتراكها في العملية الانتاجية .

ولاشك في أن زيادة استخدام رأس المال الى جانب العمل في الانتاج يزيد من انتاجية العمل ، ولذلك فرأس المال يعتبر مكملا لعنصر العمل في الانتاج .

أنواع رأس المال : قسم الاقتصاديون رأس المال الى الأنواع التالية :

١ - **رأس المال العيني ورأس المال النقدي :**

رأس المال العيني : هو الصورة المادية أو الحقيقية لرأس المال مثل : المواد الخام والسلع الوسيطة ، والآلات والمعدات ، والوقود ، والطاقة ، ووسائل النقل ، وكذلك التغير في المخزون .

رأس المال النقدي : هو القيمة النقدية للأصول بما فيها القيمة النقدية لبعض العناصر غير الملموسة كشهرة المنشأة ، حينئذ يسمى المجموع الكلي لتلك القيم النقدية برأس المال النقدي .

٢ - **رأس المال الثابت ورأس المال المتداول :**

رأس المال الثابت : هو تلك السلع التي تعطي خدماتها الانتاجية على مدى فترة طويلة من الزمن ، أو بمعنى آخر هو تلك السلع التي لا تنتهي منفعتها الاقتصادية باستعمالها في العملية الانتاجية مرة واحدة ، بل تبقى تساهم في الانتاج بصورة متكررة ، ويتمثل رأس المال الثابت في المباني والآلات والمعدات ووسائل النقل .

أما **رأس المال المتداول** : فهو تلك السلع التي تستخدم في العملية الانتاجية مرة واحدة فقط ، ولذلك تنتهي منفعتها الاقتصادية باستخدامها مرة واحدة وذلك مثل المواد الخام ، والسلع الوسيطة والوقود .

٣ - **رأس المال الجماعي ورأس المال الخاص :**

رأس المال الجماعي : هو رأس المال الذي يكون مملوكا للمجتمع بأكمله ،

أما **رأس المال الخاص** : فهو الذي يكون محلا للملكية الخاصة .

وفيما يلي الحالات التي تتطلب أن يكون رأس المال مملوكا ملكية جماعية :

- المشروعات الكبيرة التي تتطلب رؤوس أموال طائلة تفوق مقدرة أي فرد أو مجموعة من الأفراد كمشروعات السكك الحديدية .
- المشروعات التي يصعب حصر المستفيدين من خدماتها كمشروعات الطرق والكباري والقناطر والسدود .
- المشروعات التي تقدم سلعة أو خدمة ضرورية ، وتتطلب أن يكون المنتج فيها وحيدا لايخضع للمنافسة ، حينئذ تقوم الدولة بإقامة وتملك وادارة مثل هذه المشروعات ضمانا منها لاستمرار انتاج السلعة أو الخدمة وتقديمها للمستهلك ، وخشية من أن يتمتع المنتج بوضع احتكاري ، ورغبة في أن يحصل المستفيد على المنتجات بأسعار تناسب السواد الأعظم من الأفراد . وأوضح مثال على ذلك هي مشروعاتـ الكهرباء والغاز والمياه .
- المشروعات التعدينية والاستخراجية التي تنتج منتجات يجب أن يعود ريعها على المجتمع ككل دون أن يستأثر به فرد واحد أو مجموعة من الأفراد وذلك مثل مشروعات استخراج البترول والفحم والمعادن الأخرى .

رابعا : التنظيـــم

يعرف التنظيم كعنصر من عناصر الانتاج بأنه : " التوليف بين عناصر الانتاج الثلاثة الأخرى بنسب معينة للقيام بعملية انتاجية ، وتحمل نتيجتها من ربح أو خسارة ، ويعرف من يقوم بالعملية التنظيمية باسم المنظم .

ويعمل المنظم جاهدا علي تنظيم الانتاج وتخفيض التكاليف بحيث يحقق أقصى قدر ممكن من الأرباح ، وفي سبيل ذلك لايقتصر دور المنظم على مجرد التوليف بين عناصر الانتاج ، بل يتعدى ذلك الى تحديد نوع المنتجات وكميتها ، وكيفية انتاجها ، والترويج لبيعها ، وفي النهاية يتحمل وحده نتيجة العملية من ربح أو خسارة .

إن المنظم هو المحرك الرئيسي للنشاط الاقتصادي في المجتمع . اذ أنه يقوم بالتجديد ، وتطبيق المخترعات ، واكتشاف طرق جديدة للانتاج ، وفتح أسواق جديدة ، وايجاد مصادر جديدة للمواد الخام .

ويمكن تلخيص الدور الذي يقوم به المنظم فيما يلي :

١. تدبير رأس المال المطلوب للمشروع .

٢. تنظيم الانتاج وذلك بشراء عناصر الانتاج المختلفة والتوليف بينها بنسب معينة .

٣. احلال الأصول الجديدة محل الأصول القديمة لرفع الانتاجية وتخفيض الانتاج الى أقل حد ممكن .

٤. دراسة الطلب على السلعة ، والتنبؤ بمساراته فى المستقبل ، وتعديل معدل الانتاج ليتوافق مع درجة الطلب على المنتجات ، وعلى ذلك نجد أن المنظم يزيد من انتاج السلعة عندما يتنبأ باتجاه الطلب عليها نحو الارتفاع ، ويقلل من انتاجها عند اتجاه الطلب عليها نحو الانخفاض ، وعلى ذلك نجد أن المنظم يساعد على ايجاد التوازن بين الطلب والعرض . وقد يتطلب الامر دخول المنظم فى مجال صناعات ترتفع أرباحها أو يخرج من انتاج السلع التى قد يسبب انتاجها خسائر نتيجة لانخفاض الطلب عليها .

٥. اقرار السياسة الادارية والتنظيمية للمنشأة .

٦. تحمل نتيجة العملية الانتاجية من ربح ، كما يتحمل نتيجتها من خسارة قد تمتد لتشمل كل مخصصاته الاستثمارية .

٣ : عناصر الهيكل الاقتصادى

شهدت العقود الثلاثة الأخيرة من القرن التاسع عشر ، مجموعة هائلة من التطورات السريعة فى مجال أساليب الانتاج الفنية والتنظيمية ، ولم تنحصر تلك التطورات داخل حدود دولة واحدة ، بل امتدت وانتشرت وأصبحت ظاهرة عامة ملموسة فى أقطار أوروبا الغربية والشرقية والولايات المتحدة وكندا واليابان .

وقد شهد الانتاج العالمي خلال هذه الفترة طفرات كبيرة ، ففى مجال التعدين مثلا زاد انتاج الحديد خمسة وسبعين ضعفا خلال تلك الفترة حتى أطلق عليها (عصر الصلب) ، كذلك تميزت بزيادة كبيرة فى الاختراعات ومجالات تطبيقها واستخدامها فى الصناعات الهندسية ، مما أدى الى زيادة أطوال خطوط السكك الحديدية واتساع استخدام وسائل الانتقال والاتصالات الكهربائية مثل الترام والتليفون والتلغراف .

نتيجة لذلك تغيرت الملامح الأساسية لشكل المشروعات ، سواء أكانت صناعية أو مالية أو تجارية ، حيث بدأت المشروعات الصغيرة والمتوسطة فى الاختفاء تدريجيا ، لتحل محلها المشروعات الكبيرة ، وتميز العديد من الأنشطة الاقتصادية بظهور الشركات العملاقة والوحدات الاحتكارية خاصة فى مجال البنوك والشركات القابضة .

ولقد شهدت بداية القرن العشرين انقسام الاقتصاد العالمى الى مجموعتين : الأولى هى مجموعة الدول التى سبقت غيرها فى انتهاج النظام الرأسمالى كأداة لتطوير اقتصادها ، وتشمل هذه المجموعة دول أوروبا وأمريكا الشمالية واليابان ، وقد أطلق على تلك المجموعة اصطلاح العالم الرأسمالى المتقدم ، وتميز انتاج هذه المجموعة من الدول بغلبة الانتاج الصناعى فى اقتصادياتها من ناحية ، واتجاه الانتاج للبيع فى الأسواق الخارجية من ناحية أخرى .

وفى المجموعة الثانية يوجد باقى مناطق العالم التى يعتمد اقتصادها ، بصفة أساسية على الانتاج الزراعى والتعدين المتخصص بصفة أساسية للبيع فى الأسواق الخارجية ، بالاضافة الى الانتاج الحرفى المتخصص بصفة أساسية للبيع والاستهلاك داخل السوق المحلى ، وقد أطلق على تلك المجموعة الدول المتخلفة أو العالم النامى أو العالم الثالث .

ولايعنى انقسام الاقتصاد العالمى الى مجموعتين أن هناك انفصالا وانعزالا كاملا بينهما ، فالأقطار المتخلفة رغم اختلاف هياكلها الاقتصادية قد تأثرت بدرجات متفاوتة بالأقطار ذات الهياكل الانتاجية الرأسمالية المتقدمة ، وانعكس هذا التأثر فى حدوث تغير أساسى فى النشاط الاقتصادى وهياكل الانتاج .

فاحتكاك مصر – مثلا – خلال القرن التاسع عشر بالدول الأوروبية أدى الى تدفق الانتاج الصناعى المرتفع الجودة والرخيص الثمن ليحل محل الانتاج المحلى الحرفى ، ومن أجل سداد قيمة تلك السلع دفع حكام مصر الفلاح المصرى للتخلى عن زراعة العديد من المحاصيل ، والاتجاه الى زراعة القطن لتصديره الى الخارج .

ونتيجة للتقدم والتوسع فى شق الطرق ، ومد خطوط السكك الحديدية خلال القرن العشرين اتسع نطاق التعامل بين الاقتصاديات الرأسمالية والاقتصاديات المتخلفة ، واذا كان التعامل بدأ منحصرا فى المناطق القريبة من الشواطىء ، فإن تقدم وسائل الاتصال أدى الى اتساع مجال التعامل ليصل الى المناطق النائية ، ليعمل سكانها فى الأنشطة الصناعية الجديدة سواء أكانت استخراجية تعدينية أو صناعات تجهيزية زراعية ، بهدف التصدير للأسواق الخارجية .

وبذلك نشأت فى المجتمعات المتخلفة مناطق أو قطاعات تتعامل بصفة أساسية مع المجتمعات المتقدمة ، فى نفس الوقت حافظت بعض المناطق والقطاعات على شكلها التقليدى ، اى الانتاج لسد احتياجات السوق المحلية ، وقد أطلق على هذه الظاهرة (الازدواج الاقتصادى) Economic Dualism .

وفى عام ١٩١٧ شهد الاقتصاد العالمى تحولا كبيرا حيث تحطمت وحدة العالم الرأسمالى ، وظهر نظام اقتصادى جديد بإعلان قيام أول دولة اشتراكية هى الاتحاد السوفيتى ، وبهذا انقسم العالم الى اقتصاديات رأسمالية وأخرى اشتراكية ، ورغم الخلاف الواضح فى فلسفة كل نظام فإن هناك ملامح مشتركة بينهما أهمها استخدام أساليب فنية متقدمة ، وفى عام ١٩٩١ شهد العالم الاقتصادى انهيار الاتحاد السوفيتى والدول التى كانت تدور فى فلكه ، وهيمنة النظام الرأسمالى .

ومن أهم الاتجاهات العامة في الهياكل الاقتصادية للدول الرأسمالية :

١. الانتاج الكبير والاستهلاك الكبير - وذلك نتيجة للعوامل التالية :

أ - تغير الحجم الأمثل المشروع   ب - كبر حجم السوق

جـ - الاتجاه لإشباع رغبات الفرد العادي

د - التوسع في الائتمان   هـ - الاعتماد على مدخرات الفرد العادي

ولقد تغلبت الأقطار الأوروبية على ضيق أسواقها المحلية من خلال :

- انشاء الصناعات ذات الحجم الأمثل الصغير أو التركيز على بعض الصناعات بهدف تصدير انتاجها الى الأسواق الخارجية .
- قيام التكتلات الاقتصادية .

٢. النمو المتزايد في حجم التنظيمات .

٣. تزايد مجالات التدخل الحكومي .

٤. انهيار نظام السوق .

٥. تحقيق الاستقرار الاقتصادي .

٦. تغير العلاقات الاقتصادية الدولية .

٧. انتشار القيم الرأسمالية .

نخرج من هذا العرض بأن عناصر **الهيكل الاقتصادي هي :**

أولا : القطاعات السلعية ، وتتمثل في :

أ - الزراعة   ب - الصناعة والكهرباء

جـ - البترول   د - التشييد والبناء

ثانيا : القطاعات الخدمية ، وتتمثل في :

أ - التعليم   ب - الصحة

جـ - النقل والمواصلات   د - الأنشطة المالية

هـ - السياحة والفندقة   و - الخدمات الانتاجية

ز - الخدمات الاجتماعية والشخصية

ويقصد بالهيكل الاقتصادي العلاقات القائمة بين القطاعات الاقتصادية المكونة لهذا الهيكل في مجتمع معين وزمن معين ، فهو يمثل الاطار الذي يزاول فيه المجتمع نشاطه الاقتصادي .

٤ .. السياحة كأحد عناصر الهيكل الاقتصادى

مما سبق يتضح أن السياحة تلعب دورا هاما وخطيرا فى دورة الانتاج والتوزيع ، وكذلك تساهم بدور بارز فيما أطلق عليه البعض دورة السلع ودورة النقود ، كما أنها تستخدم عناصر الانتاج كاملة ، وكذلك تعد السياحة أحد أهم عناصر الهيكل الاقتصادى .

فالسياحة كعنصر من عناصر الهيكل الاقتصادى ترتكز على عناصر الانتاج كاملة على النحو التالى :

أولا : الطبيعة :

تتمثل فى الموقع الجغرافى والمناخ المعتدل والأماكن التى تجذب السياح من بقاع العالم ويتوفر هذا العنصر فى مصر بدرجة كبيرة ، حيث حباها الله بطقس معتدل معظم العام ، ومناظر طبيعية خلابة من مزارع وحدائق وجبال وشواطىء ممتدة شمالا وشرقا تتواجد بها المصايف المتعددة فى الصيف والمشاتى الدافئة فى الشتاء .

ناهيك من ذلك الاثار المتعددة والمنتشرة فى أنحاء الجمهورية ، وتشمل آثار فرعونية وقبطية واسلامية ، ويتطلع السائحون لمعرفة مدى التقدم الذى وصل اليه الأجداد ، وهذا بالاضافة الى موقع مصر الاستراتيجى بين ثلاث قارات مما ييسر وصول السياح اليها .

ثانيا : رأس المال :

لابد من توافر رأس المال لإقامة المشروعات السياحية فى المناطق المختلفة والدعاية السياحية فى الخارج والداخل ، والمطبوعات السياحية ، وانشاء المراكز السياحية وتجميل وتنظيف مناطق الآثار واقامة الفنادق وبناء المطاعم والملاهى لتيسير عملية الانتقال خلال فترة إقامة السياح بمصر .

ثالثا : العمل :

ينصب على العاملين فى قطاع السياحة سواء فى أجهزة السياحة الرسمية ، أو مكاتب السياحة وشركات النقل والفنادق ، عبء كبير ، لأنه بدون العمل ، لن نستطيع تطويع الطبيعة ولا استخدام رأس المال بما يفيد .

وتتوفر حاليا بمصر العديد من المراكز لإعداد العاملين بالسياحة ، هذا بخلاف الدراسات الأكاديمية فى مجال السياحة .

رابعا : **التنظيم** :

يقوم المنظم باستخدام العناصر الثلاث سالفة الذكر بما يخدم السياحة ، حيث يقوم السائح بوظيفة استهلاكية ينتج عنها زيادة دخل الدولة عن طريق انتفاع السائح بالخدمات التي تؤدي إليه والسلع التي يستهلكها ، ويعتبر هذا صادرات غير منظورة .

هذا ويرتبط نجاح قطاع السياحة بالمناخ السياسي السائد في الدولة المضيفة ، فيؤثر هذا على اقبال السائحين على الدولة متأثرين بطبيعة القواعد والقوانين التي تتصل بتنظيم دخولهم وخروجهم منها ، وكذلك بمدى الاستقرار السياسي والاقتصادي للدولة .

فيقوم السائحون في الدولة المضيفة بالإنفاق خلال إقامتهم على مختلف الخدمات والسلع السياحية وغير السياحية فيخلق بذلك استهلاك سياحي ، فكلما زاد هذا الاستهلاك ، كلما ارتفع معدل انتاج السلع والخدمات .

وتتمثل الايرادات السياحية في الآتي :

١. رسوم تأشيرات دخول السائحين ومغادرتهم البلاد .
٢. أجور نقل السائحين بالوسائل المختلفة للنقل الخارجي .
٣. رسوم هبوط الطائرات والسفن السياحية .
٤. رسوم الخدمة في المطارات والموانى للطائرات والسفن السياحية .
٥. الانفاق السياحي داخل البلاد – ويتمثل في :
   - الاقامة والمأكل والمشروبات والمواصلات الداخلية .
   - الخدمات الثقافية .
   - شراء الهدايا بأنواعها (الروائح – الملابس – التحف) .

ان نمو قطاع السياحة يتأثر ويؤثر تأثيرا مباشرا وغير مباشر على كافة القطاعات الاقتصادية في الدولة ، بل هو أيضا نتاج تكاليف جميع هذه القطاعات ، ومن أهم الآثار التي نشير اليها هنا بإيجاز شديد ، حيث يأتي تفصيلها في الفصول التالية من هذا الكتاب :

أ – **الآثار المباشرة** :

- تأثير السياحة على العمالة والأجور : فهي تؤثر تأثيرا ايجابيا مباشرا على مستويات العمالة والأجور بقطاع السياحة والفنادق .

- أثر السياحة على الانتاج المحلى : فقد ساهم هذا القطاع فى الانتاج المحلى الاجمالى مساهمة ايجابية .
- أثر السياحة على المستوى العام للأسعار .
- أثر السياحة على توزيع الدخل .
- أثر السياحة على ميزان المدفوعات .

ب - الآثار غير المباشرة :

- أثر السياحة على سوق السلع .
- تنمية المرافق .
- زيادة فرص الاستثمار الأجنبى والوطنى .
- الأثر المضاعف للسياحة .

وهكذا تعتبر السياحة من القطاعات الاقتصادية ذات الخصائص المتميزة ، فهى تقدم السلع والخدمات المختلفة فى مقابل حصيلة وفيرة من العملات الأجنبية ، مع مراعاة أنها لاتستلزم هذا الكم الهائل من الاستثمارات التى توجه الى القطاعات الأخرى ، فضلا عن أنها تتميز بسرعة العائد المتوقع وقصر فترة الانتظار ، فلن تحتاج فى هذا المجال الى فترة قد تطول من انتظار العائد المتوقع ، ويضاف الى ذلك أن السائح لايستلزم أن تنتقل اليه الخدمة أو السلعة ، بل هو يحضر بنفسه الى سوق السلعة أو الخدمة (البلد المضيف) ليشترى بالسعر الذى يتحدد فى السوق الوطنى .

خلاصة القول أن القطاع السياحى يسهم فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية اسهاما واضحا وسريعا ، ويساعد على التوازن الإقليمى عن طريق تنمية مناطق جديدة وتنشيط اقتصادياتها ، ولقد أصبح هذا القطاع ، وخصوصا خلال النصف الثانى من القرن العشرين أحد المكونات الهامة فى الهيكل الاقتصادى فى كثير من الدول ، وبعد أن أصبحت السياحة أكبر صناعة فى العالم منذ ١٩٨٥ .

٥ :. فرص النمو السياحي في المستقبل

يبدو أن أمل التوسع في المستقبل في صناعة السياحة العالمية ، لأمد طويل ، يبدو أنها تكاد تكون بلا حدود ، ولو أخذ المرء في اعتباره عوامل زيادة أوقات الفراغ ، وارتفاع الدخول ، وارتفاع مستويات المعيشة ، وتطور التعليم ، وتحسن تيسيرات النقل التي نجم عنها نمو السياحة على الصعيدين الداخلي والدولي ، خلال العقدين الأخيرين ، لبدا أن الآمال تكاد تكون في الواقع لا حدود لها ، ويمكن أن تقوم المشاريع فحسب على الاتجاهات الحديثة والسائدة ، وإذا تقبلنا هذه الاتجاهات ، فإنه يبدو أنه سيكون أمرا محتوما أن يحدث في المستقبل توسع ضخم في السياحة .

وفي ضوء هذه الحركة الدائمة سعيا وراء أماكن جديدة ومتنوعة للاستمتاع بأوقات الفراغ ، فلربما كان هناك ميل نحو الدول المتطورة التي تمتلك مقومين أساسيين من مقومات الجذب ، وهي الشمس الساطعة والمحيط ، لنرى في السياحة مصدرا ميسرا وطبيعيا للتطوير الاقتصادي ، وحلا مهينا لمشكلات ميزان المدفوعات ، وبنفس الدلالة ، فإنه يبدو أحيانا أن السياحة الدولية تمثل طريقا سهلا بلا ألم أمام دول العالم الأكثر ثراء ، لتساعد في علاج أوضاع الدول الأكثر فقرا ، وهذا بطبيعة الحال ، أبعد من أن يكون الوضع ، ومن الغالب تماما أن الدول المتطورة التي يهمها أكثر ما يمكن أن تجنيه من قدرتها على تطوير تجارة سياحية حية لتكون موردا قوميا اضافيا مطلوبا أشد الطلب ، هي تلك التي من المتوقع أن تكون من الوجهة العملية ، أكثر عجزا في أدائها لهذا العمل .

وتقدم السياحة في الواقع بالنسبة لبعض الدول فرصة كبرى ، نظرا لأنها تتيح فرص التوظيف للكثير وتحفز على الاستثمار ، وهي مصدر لتبادل النقد الأجنبي ، لقد استفادت المكسيك وتونس على سبيل المثال ، استفادة كبيرة من خلال تطوير قطاع السياحة ، أضف الى ذلك اسبانيا التي نجحت في أن تجتذب ما يقرب من ٤٠ مليون سائح سنويا .

ويعتبر نمو السياحة الدولية ظاهرة ذات مغزى كبير بالنسبة للدول النامية ، فاذا كانت هذه الدول تعاني من انخفاض نصيبها النسبي في التجارة الدولية فضلا عن الصعوبات العديدة التي تواجهها من أجل زيادة صادراتها - نظرا للسياسات والقيود المختلفة التي تتبعها الدول

المتقدمة فى مجال الاستيراد ، وما يتعرض له الطلب على المواد الأولية من عوامل غير مواتية منها زيادة منافسة البدائل الصناعية والاتجاه الى التقليل من استخدام المواد الخام - علاوة على اتد .حدل التبادل الدولى الى غير صالح الدول النامية فى المدى الطويل ، فإن هذه الدول يمكن أن تلجأ الى القطاع السياحى كقطاع تعويض ، وخصوصا أن كثيراً من هذه الدول يضم امكانيات سياحية عديدة .

ومما يشجع على ذلك ما يؤكده خبراء السياحة الدولية من أن فرص النمو السياحى متوفرة فى المستقبل وبنفس المعدلات المحققة فى العقود الماضية ، فاذا ما أولت الدول النامية هذا القطاع ما يستحقه من عناية خصوصا فى مجالات الاستثمار والاعلان والتسويق السياحى وتوفير التسهيلات اللازمة لهذا القطاع (وخصوصا أماكن الايواء ووسائل النقل ودور الترويح) فإنه يمكن أن يلعب دورا بارزا فى الانماء الاقتصادى والاجتماعى فى هذه الدول وخاصة أنها تتميز بانخفاض معدلات أسعار الخدمات عنها فى البلاد المتقدمة مما يضفى عليها ميزة نسبية فى هذا المجال .

وترى كثير من الدراسات أن فرص النمو السياحى متوفرة فى المستقبل لاعتبارات عديدة منها :

- زيادة عدد السكان فى العالم باطراد وارتفاع متوسط الأعمار المصحوب بارتفاع المستوى الاجتماعى والثقافى .
- زيادة الدخول القومية والفردية خصوصا بالنسبة للدول الرئيسية المصدرة للسياحة بالاضافة الى سائحى الدول البترولية .
- التطور التكنولوجى فى مجال النقل البرى والجوى والبحرى الذى يؤدى الى انخفاض تكاليف السفر
- زيادة النمو فى الحياة الحضرية وزيادة العمالة فى قطاع الصناعة وقطاع الخدمات
- تخفيض ساعات العمل وزيادة مدة الأجازات المدفوعة وزيادة أوقات الفراغ التى يمكن أن تقضى فى السفر والسياحة .
- زيادة فرص التعليم تزيد من فضول الأفراد لمعرفة الكثير عن العالم من خلال السفر والسياحة .
- التطور الكبير فى وسائل الاتصال الجماهيرى ، مما يثير الرغبة فى السفر والتعرف على الدول الأخرى .

ولقد عرفنا من قبل أن قطاع السياحة يعتبر قطاع خدمات ، تستخدم فيه العمالة بشكل محسوس ، فإنه يعمل على زيادة توظيف عوامل الانتاج في المجتمع وبصفة خاصة عنصر العمل ، ويمكن أن يعتبر في هذه الحالة بمثابة قطاع يعمل على امتصاص قدر من البطالة التى تحدث في القطاعات الأخرى بحسب أنه قطاعا يقبل النمو السريع .

وفضلا عن ذلك فإن التشغيل في قطاع السياحة لايحتاج الى استثمارات كبيرة بالمقارنة بالقطاعات الأخرى (وخصوصا قطاع الصناعة) كما أن عائد الاستثمار هنا يكون بصفة عامة ، أكبر وأوسع من مثيله في القطاعات الأخرى .

واذا كان كثير من الكتاب في مجال الاقتصاد السياحي يميلون الى التقرير بأن فرص النمو السياحي في المستقبل يمكن أن تحقق التنمية الاقتصادية السريعة ، فإن هذا الميل يبنى على اعتبارات عديدة منها :

١. أنه اذا كان تشغيل كل عامل في البلاد النامية يحتاج الى ٥٠٠٠ (خمسة آلاف) جنيه في المتوسط في القطاع الصناعي مثلا ، فإن تشغيل كل عامل في القطاع السياحي لا يحتاج سوى ١٠٠٠ (ألف) جنيه فقط ، ويعنى ذلك أن السياحة تعتبر من أقل الأنشطة في مجال تمويل الانفاق الاستثمارى المطلوب في المجتمعات النامية .

٢. أن السياحة تعتبر من الأنشطة التى لاتتطلب معدلا كبيرا من النقد الأجنبي الى اجمالي الاستثمارات لاستيراد التجهيزات والسلع السياحية بخلاف الحال في القطاعات الأخرى وخصوصا القطاع الصناعي الذى يتطلب معدلا كبيرا من أجل استيراد المعدات الانتاجية اللازمة للتشغيل ، فاذا كان المصنع يحتاج الى نقد أجنبي يبلغ في المتوسط نحو ٤٠٪ من جملة الاستثمارات ، فإن التجهيزات السياحية لا تتطلب الا قدرا يبلغ نحو ١٥٪ في المتوسط من جملة الاستثمارات المطلوبة ، ومن ثم يجب أن تعطى أولوية للقطاعات التى تحتاج الى نقد أجنبي أقل .

٣. اذا كانت الدول النامية تهتم بالقطاعات التى تدر نقدا أجنبيا خصوصا بالعملات القوية ، فإن السياحة الدولية يكون دخلها كله بالنقد الأجنبي ، ومن ثم يكون من الضرورى العمل على تنميتها دعما للاقتصاد القومي .

ولقد شجعت الاعتبارات السابقة كثيرا من الدول النامية على اتخاذ السياحة أداة لتحويل المجتمع من الاعتماد على الاقتصاد الزراعى التقليدى الى مجتمع حضرى ذو [illegible] [illegible] يدعم التصنيع ويحقق التحول الاقتصادى المطلوب ، وعلى نحو مماثل ، يمكن القول أن كثيرا من الدول المتقدمة تلجأ الى القطاع السياحى كوسيلة لدفع النمو الاقتصادى فى المجتمعات الريفية بصفة خاصة .

ومن ثم فقد لقى النشاط السياحى ، باعتباره استراتيجية للنمو الاقتصادى اهتماما كبيرا فى الوقت الحاضر وخصوصا من جانب واضعى الخطط والسياسات الاقتصادية والاجتماعية فى الدول النامية والمتقدمة ، بعد أن حققت كثيرا منها نجاحا بارزا فى المجال السياحى .

تذكر أن ...

١.. تعريف علم الاقتصاد :

" هو دراسة السلوك الانسانى فى استغلال موارد البيئة لاشباع حاجاته " .

٢.. تعريف السياحة :

" هى مجموعة من الظواهر والعلاقات التى تنشأ نتيجة لسفر وإقامة الشخص الأجنبى إقامة مؤقتة ، وبحيث لاتتحول الى إقامة دائمة أو ترتبط بعمل مأجور .

٣.. تعريف السائح :

هو الشخص الذى ينتقل من مقر إقامته المعتاد الى وجهة أخرى لغير أغراض الكسب المادى أو ترتيب هجرة دائمة لمدة لاتقل عن أربع وعشرين ساعة ولاتزيد عن عام .

٤.. دورة الانتاج والتوزيع :

تتمثل فى دورة السلع ودورة النقود بين الأفراد والمنشآت الانتاجية .

٥.. عناصر الانتاج :

١ - العمل : هو كل جهد يبذل أو من الممكن أن يبذل فى سبيل انتاج السلع والخدمات مقابل أجر .

٢ - الطبيعة : هى كل الموارد والقوى التى يجدها الانسان دون جهد وتشمل الأرض ، والموارد الطبيعية والرياح والأنهار وما حول الأرض .

٣ - رأس المال : هو العنصر الذى ينتجه الانسان ليساعده فى العملية الانتاجية ، متمثلا فى الأنواع المختلفة من الآلات والمعدات والسلع التى يصنعها لهذا الغرض .

٤ - التنظيم : هو التوليف بين عناصر الانتاج بنسب معينة للقيام بعملية انتاجية ، وتحمل نتيجتها من ربح أو خسارة .

٦.. عناصر الهيكل الاقتصادى :

١.. القطاعات السلعية (الزراعة - الصناعة والكهرباء - البترول - التشييد والبناء)

٢.. القطاعات الخدمية (التعليم - الصحة - النقل والمواصلات - الأنشطة المالية - السياحة والفندقة - الخدمات الانتاجية - الخدمات الاجتماعية والشخصية) .

٧.. العلاقة بين علم الاقتصاد والسياحة تحكمها الاعتبارات الآتية :

أ - التنمية عن طريق استغلال الموارد الذاتية أفضل أنواع التنمية ، والسياحة يمكن أن يحقق استغلالها عوائد وموارد كبيرة .

ب - السياحة تعتبر مصدر هام وسريع للعملات الأجنبية بجانب المصادر الأخرى مثل البترول ، وقناة السويس ، وتحويلات المصريين من الخارج .

جـ- السياحة لاتحتاج الى انفاق كبير من النقد الأجنبي بالاضافة لقدرتها على تشغيل أعداد تزيد من العاملين وتنمية الصناعات البيئية بالاضافة الى تنشيط قطاعات أخرى .

٨.. السياسات التي تحقق دعم العلاقة بين الاقتصاد والسياحة :

أ - تحديد أهداف العمل السياحي بأنماط مختلفة .

ب - خطة شاملة تشارك في وضعها كافة الأجهزة المعنية بالاقتصاد وبالحركة السياحية .

جـ- حصر الموارد الاقتصادية وخاصة الثروة السياحية حتى يمكن الاستفادة بالامكانات السياحية واستغلالها استغلالا أمثل .

د - الاستفادة من مختلف نوعيات السياحة المتخصصة وتوزيعها في جميع مناطق مصر طوال العام .

هـ- اتباع سياسة تسويقية مرنة تغذيها بحوث ودراسات دقيقة .

٩.. الدخل القومي - الناتج القومي - الانفاق القومي

حيث يمثل : الدخـل القومي : عوائد عوامل الانتاج

والانتاج القومي : السلع والخدمات المنتجة

والانفاق القومي : انفاق الأفراد والمشروعات والحكومة

١٠.. النشاط الاقتصادي للمشروعات الانتاجية يتعامل في سوقين متميزين :

- سوق عناصر الانتاج - سوق السلع والخدمات النهائية

١١.. العوامل التي تحدد حجم قوة العمل :

- عدد السكان - الكفاءة الانتاجية للعمل

١٢.. رأس المال كمورد اقتصادي لابد أن يتوفر فيه الشروط الآتية :

- أن يكون حصيلة عملية انتاجية سابقة .
- أن يساهم في الانتاج .
- أن يكون له ثمن .

١٣.. معدل تكوين رأس المال عادة ما يقل في الدول النامية نظرا لقلة الموارد وانخفاض نصيب الفرد من الدخل ومن الاستهلاك .

١٤.. السياحة باعتبارها من عناصر الهيكل الاقتصادي ترتكز على عناصر الانتاج كاملة على النحو التالي :

- الطبيعـــة - رأس المال - العمـــل - التنظيـم

١٥.. ان فرص النمو السياحي متوفرة في المستقبل - لاعتبارات أهمها :

. زيادة عدد السكان في العالم باطراد . زيادة الدخول القومية والفردية
. التطور التكنولوجي في مجال النقل بأنواعه . زيادة فرص التعليم
. التطورات الكبيرة في وسائل الاتصال الجماهيري

الفصل الثاني ...

نظرية العرض والطلب .. وأثرها على تكلفة الرحلة السياحية

.....

من دراستنا للفصل الأول ، نلاحظ أن الخدمة السياحية بطبيعتها تعد مركبا معقدا يتكون من عدة عناصر غير ملموسة تقدم للسائح ، وتتكون هذه الخدمة من مكونات أساسية على هيئة عناصر الجذب والترويج ووسائل الاقامة والنقل والزيارات .

إن المنتج السياحي معنوى غير ملموس ، ولذلك فالطلب على المنتج السياحي يتوقف على الطبيعة النفسية للسائحين ، وبناء عليه وضع العالم (ستانلى بلج) نموذج لتصنيف السائحين وفقا لدوافعهم النفسية أو أنماطهم من الناحية النفسية والتى تمتد من أولئك الذين يركزون دوافعهم حول مؤثرات ذاتية وخاصة ، وأولئك الذين لاتهمهم المؤثرات الذاتية من ذوى الأبعاد الذهنية المتسعة ، والمنتج الحقيقى فى السياحة هو إشباع تجربة ربما تكون رحلة لقضاء إجازة سنوية أو تمضية نهاية الأسبوع أو عمل فسحة يومية ، ولتكوين وإبداع المنتج السياحى نحتاج بالضرورة إلى المرور بخطوات محددة وفقا لأسلوب يتفق مع ظروف إعداد وتطوير المنتج السياحى :

١. تحديد احتياجات المستهلك أو العميل المرتقب .
٢. تحديد أقسام شرائح السوق المستهدف .
٣. وضع وتصميم فكرة المنتج وتحديد الاختيار النهائى .
٤. تحديد مواصفات المنتج وفقا لمتطلبات السوق .
٥. تهيئة المنتج فى شكل نماذج يمكن اختبارها .
٦. تحديد التعديلات الواجب ادخالها على المنتج .
٧. ادخال التعديلات وتعديل الأسعار قبل عملية العرض النهائى فى السوق .

ويمكن أن نخلص إلى عدد من المبادىء التى تؤدى إلى نجاح الجهود فى إعداد منتج جديد أو تطوير منتج قديم .. نعرضها فيما يلى :

تحميق حاجة العميل مع الاعتراف بأن هذه الحاجات مركبة وتنطوي على عوامل نفسية ووظيفية واقتصادية .

- إعطاء المستهلك سببا للشراء بتقديم ميزة معينة على باقي المنتجات السياحية المعروضة في السوق .

- اختيار المنتج السياحي وفقا لثلاثة مراحل :

أ - وضع فكرة المنتج .

ب - تحديد المنتج نفسه .

جـ - المنتج في السوق .

وذلك للتأكد في النهاية من أن المنتج يتفق مع متطلبات السوق .

إن السياحة بالمعنى الاقتصادي ، تخلق طلبا أو تهيىء سوقا لعدد من الصناعات قائم بذاته أو متنوع تماما . وفي بعض المناطق تمثل السياحة الجانب الرئيسي للسوق ، وتمثل في غيرها جانبا مكملا . ولكنه عادة ما يكون مربحا ربحا عاليا . طلب لإيواء وتموين ووسائل نقل وتسلية وغيرها من الخدمات المختلطة بدرجة كبيرة ، إن لم يكن بصورة رئيسية لمجتمع سكني أو صناعي .

معنى هذا أنه يجب التركيز على الاختلاف بين الآثار المباشرة وغير المباشرة للانفاق السياحي . وترتبط الأولى بالمصاريف الفعلية المتضمنة في السياحة ، أعني ، على وسائل النقل وتهيئة الإقامة والطعام والشراب والتسوق والخدمات ، والدخل الذي يتحصل عليه الأشخاص المهنيون لمثل هذه السلع والخدمات من السياح ، والثانية ترتبط بألوان التجارة المتضمنة في السياحة لكي تتوائم ، وطلبات السياح يجب أن تشترى من أماكن تجارية وصناعية أخرى تلك السلع والخدمات مثل المواد الغذائية والأثاث ومعدات وتجهيزات الرياضة المتطلبة لتهيئة أشياء للسياح .

ومن هنا كان هناك نوعان من الترابط بين انفاق السياح والاقتصاد :

الأول : بنود الاستهلاك العريض صاحب الأثر المباشر .

الثاني : ترابط بين أنواع التجارة المتضمنة مباشرة في السياحة وتلك الأنواع من التجارة والصناعة التي تزود أنواع تجارة السياحة بالسلع والخدمات .

يتضح ... ذلك أن تأثير السياحة الكامل على الاقتصاد ليس فحسب من خلال الانفاق على النشاط المباشر من انواع تجارة السياحة ، بل ويضم كل الأنواع الأخرى المتوفرة فى مراحل مختلفة ... العملية للإمداد بالسلع والخدمات ، والمنتجات التى تنتجها هذه الصناعات الاخرى خارج ... السياحة المباشر مرده بمعنى واقعى تماما الى احتياجات السياح ممن هم فى المقام الأول انفقوا أموالهم .

يدفعنا العرض السابق الى التركيز على المتغيرات التى تحكم انتاج السلع والخدمات والتعامل فيها ، واهمها العرض والطلب اللذان يشتركان فى تحديد الثمن ، ويرتبط العرض (بنفقة الانتاج) بينما يرتبط الطلب (بالمنفعة) ، ولمزيد من الايضاح نقول أن عرض السلعة يرتبط بفكرة (الندرة) وأن الطلب على السلعة يرتبط بفكرة (الحاجة) ، وبذلك فإن ندرة السلعة والحاجة اليها ، كلاهما يجب توفره حتى يكون للسلعة ثمن .

فشدة الحاجة الى شيء (عظيم المنفعة) لاتكفى وحدها لكى يكون له ثمن ، ما لم تتحقق صفة (الندرة) لهذا الشيء ، كالهواء مثلا ، كذلك اذا انتفت الحاجة الى شيء ما لايمكن أن يكون له ثمن ، بصرف النظر عن درجة ندرته ، كاللحوم مثلا فى مجتمع من النباتيين .

الحاجة اذن الى السلعة متمثلة فى الطلب عليها ، وندرة هذه السلعة متمثلة فى عرضها يؤديان الى تكوين الثمن ، وفيما يلى نبحث كلا من الطلب والعرض ، وتأثير التغير فى تكلفة الرحلة على الطلب السياحى ثم كيفية تحديد السعر بالنسبة للسلع والخدمات السياحية .

... الطلب

تعريف الطلب :

يعرف الطلب فى التحليل الاقتصادى – بانه : " كمية السلع التى يكون الفرد راغبا فى شرائها ، وقادرا عليه عند كل سعر ممكن خلال فترة زمنية محددة " .

ولكي يكون الطلب فعالا في السوق لابد أن تكون الرغبة في الحصول على السلعة مصحوبة بالقدرة على شرائها ، فقد يكون الفرد راغبا في شراء السلعة ليشبع بها حاجة ملحة عنده ، ولكن لاتتوافر لديه الامكانيات المالية التي يستطيع دفعها مقابل حصوله على السلعة ، من هذا المنطلق نجد أن مجرد رغبة الفرد في الحصول على السلعة لايعتبر طلبا عليها ، بل لابد أن تكون الرغبة في الحصول على السلعة مصحوبة بقدرة الفرد المالية على شرائها .

أثر تغيرات الثمن في الطلب :

ينص قانون الطلب على أنه : " عند انخفاض ثمن سلعة ما تزداد الكمية التي يطلبها المستهلكون من هذه السلعة ، وكلما ارتفع ثمن السلعة فإن ذلك من شأنه أن يسبب انخفاضا في الكمية المطلوبة منها ، أي أن العلاقة التي تربط بين الكمية المطلوبة من السلعة وثمنها هي علاقة عكسية .. اذ أنه كلما تغير سعر السلعة في اتجاه تغيرت الكمية المطلوبة منها في الاتجاه الآخر " .

ويمكن التعبير عن الطلب بثلاث طرق ، هي : جدول الطلب ، ومنحنى الطلب ، ودالة الطلب . وتوضح كل طريقة العلاقة بين مجموعة من الأثمان الممكنة وبين الكميات المقابلة ، وفيما يلي شرح مختصر لكل من هذه الطرق الثلاث :

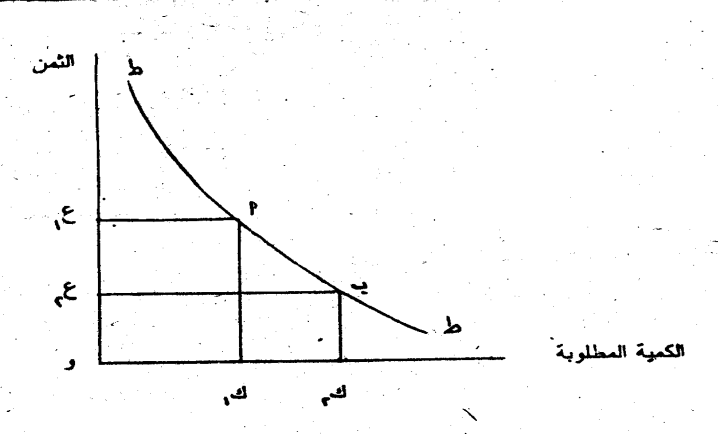
١. جدول الطلب :

هو جدول يبين عدديا الكميات التي يمكن للمستهلكين طلبها من سلعة ما عند مستويات مختلفة لثمن هذه السلعة اثناء فترة زمنية محددة ، والجدول التالي يظهر مدى الأثر الذي يحدثه تغير سعر سلعة ما على الكميات المطلوبة منها :

ثمن السلعة (ع)	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
الكمية المطلوبة (ك ط)	٧٥	٦٢	٥٠	٤٠	٣١	٢٣	١٦	١٠	٥	١

٢. منحنى الطلب :

هو ذلك المنحنى الناتج من تمثيل الأرقام الواردة في جدول الطلب تمثيلا بيانيا وذلك بقياس الكميات المطلوبة من السلعة على المحور الأفقي ، وقياس الأثمان (الأسعار) على المحور الرأسي ، وذلك كما في الرسم البياني التالي .. حيث يمثل المنحنى (ط ط) منحنى الطلب .



ينحدر منحنى الطلب (ط ط) من أعلى الى أسفل متجها نحو اليمين ليظهر أن العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة وبين سعرها علاقة عكسية ، فعند نقطة (أ) على منحنى الطلب نجد أن مستوى الثمن هو (و ع١) والكمية المطلوبة هى (و ك١) . أما عند النقطة (ب) أسفل المنحنى فنلاحظ أنه بانخفاض السعر الى (و ع٢) تزيد الكمية المطلوبة الى (و ك٢) .

٣. دالة الطلب :

يمكن التعبير عن العلاقة بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وبين سعر هذه السلعة بدالة تكون فيها الكمية المطلوبة (ك ط) هى المتغير التابع ، والسعر (ع) هو المتغير المستقل - حيث : كط = د(ع)

ولكل سلعة دالة طلب معينة تختلف عن دوال طلب غيرها من السلع ، وقد تأخذ دالة الطلب صورة غير خطية ، أو صورة خطية ، كما تختلف الدوال الخطية فيما بينها من حيث المقدار الثابت وكذلك معامل الثمن ، فاذا افترضنا أن دالة الطلب تأخذ صورة خطية فإنه يمكن وضعها على الصورة الافتراضية التالية : كط = ٦٠ - ٥ ع

وبالتعويض عن أى سعر فى هذه المعادلة تنتج الكمية التى يكون المستهلكون على استعداد لطلبها عند هذا الثمن . فاذا كان الثمن هو (ع = ٧) فإنه يمكن حساب الكمية المطلوبة من السلعة بالتعويض عن (ع) فى معادلة الطلب كما يلى :

ك ط - ٦٠ - ٥ (٧)

- ٦٠ - ٣٥ = ٢٥

ويتضح جليا من جدول الطلب ومنحنى الطلب ومعادلة الطلب أن العلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة وسعرها علاقة عكسية ، ويظهر ذلك من الاتجاه العكسى لأرقام السعر والكمية فى جدول الطلب ، ومن اتجاه منحنى الطلب من أعلى الى أسفل جهة اليمين ، وكذلك من الاشارة السالبة لمعامل السعر فى معادلة الطلب .

أثر تغيرات ظروف الطلب :

تعتمد الكمية المطلوبة من السلعة على مجموعتين من العوامل ، تسمى الأولى منها بالعوامل الكمية ، وهى التى تخضع للقياس الكمى ويمكن تجميع بيانات كمية عنها ، وذلك مثل سعر السلعة نفسها وأسعار السلع البديلة والمكملة ، وكذلك دخل المستهلك وعدد السكان ، وتسمى المجموعة الأخرى بالعوامل النوعية ، وهى تلك التى لاتخضع للقياس الكمى ولكن يمكن ترتيبها حسب أهميتها - مثل أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم وطريقة توزيع الدخل القومى

ونتكلم فيما يلى باختصار عن كل من هذه العوامل ونوع العلاقة التى تربط بين كل عامل وبين الكمية المطلوبة من السلعة :

١ - العوامل الكمية :

أ - سعر السلعة نفسها (ع) :

ترتبط الكمية المطلوبة من سلعة ما بسعر السلعة نفسها بعلاقة عكسية ، فعند ارتفاع سعر السلعة تنخفض الكمية المطلوبة منها ، ويحدث العكس عند انخفاض سعر السلعة ، اذ تزيد الكمية المطلوبة منها تبعا لذلك ، ويمثل منحنى الطلب على السلعة كما سبق أن أوضحنا تلك العلاقة العكسية بين المتغيرين وذلك بانحداره من أعلى الى أسفل جهة اليمين ، ولذلك فأى تغير فى ثمن السلعة سينتج عنه انتقال المستهلك من مكان الى آخر على نفس منحنى الطلب ، ويجدر بنا الاشارة الى أنه عند دراستنا للعلاقة بين الكمية المطلوبة من السلعة و الثمن نفترض ثبات جميع العوامل الأخرى التى يمكن أن تؤثر فى الطلب كمية كانت أو نوعية .

ب - دخول المستهلكين (ى) :

يرتبط الطلب على سلعة ما بمتوسط دخول المستهلكين بعلاقة طردية .. إذ أن زيادة الدخل تؤدى إلى زيادة الطلب ، أما إذا انخفض الدخل فإن الطلب على السلعة ينخفض ، ويستثنى من هذه العلاقة السلع الدنيا (الرديئة) والتى يقل الطلب عليها كلما زادت دخول المستهلكين ، حيث يتحولون عن استهلاك السلع الرديئة ليستهلكوا سلعا جيدة .

ولأوضح مثال على ذلك : النشويات فى الطعام - إذ أنه كلما زادت دخول المستهلكين كلما قللوا من استهلاكهم من النشويات وأكثروا من استهلاك البروتينات ، ولكن حالة السلع الرديئة ما هى الا استثناء ويبقى الأصل قائما ، وهو أنه كلما زادت دخول المستهلكين ، كلما زاد الطلب على السلعة .

جـ - أسعار السلع البديلة والمكملة :

يعتمد الطلب على سلعة ما ليس على سعر السلعة نفسها فحسب ، بل أيضا على أسعار غيرها من السلع سواء كانت بديلة لهذه السلعة أو مكملة لها ، وذلك بعلاقة يختلف اتجاهها حسب نوع تلك السلع الأخرى ، وذلك على النحو التالى :

** أسعار السلع البديلة (ع ب) : يرتبط الطلب على سلعة ما بأسعار السلع البديلة لها بعلاقة طردية ، إذ أن زيادة أسعار السلع البديلة (ع ب) يجعل المستهلكون يتحولون عن استهلاك تلك السلع فيزيد طلبهم على السلعة الأصلية ، أما إذا انخفضت أسعار السلع البديلة فإن المستهلكين يتحولون عن السلعة الأصلية مقبلين على استهلاك السلع البديلة ، وأبرز مثال على ذلك هو سلعتا البن والشاى ، فإذا كنا بصدد دراسة الطلب على الشاى وارتفع ثمن البن فإن المستهلكين ينصرفون عن استهلاك البن ويزيد طلبهم على الشاى ، ويحدث العكس عند انخفاض سعر البن ، إذ ينخفض الطلب على الشاى .

** أسعار السلع المكملة (ع م) : يرتبط الطلب على سلعة ما بأسعار السلع المكملة لها بعلاقة عكسية ، إذ أن زيادة أسعار السلع المكملة تؤدى بالمستهلكين إلى زيادة طلبهم على السلعة الأصلية وذلك مثل السيارة والبنزين ، فإذا كنا بصدد دراسة الطلب على السيارات فإن ارتفاع أسعار البنزين يخفض من الطلب على السيارات .

د - حجم السكان (ن) :

يزيد الطلب على سلعة ما كلما زاد عدد السكان وينخفض بانخفاضه ، ولذلك فالعلاقة بينهما طردية . اذ أن السكان هم مصدر الطلب على السلع والخدمات ، فمثلا ... أن انخفاض عدد المواليد بصورة واضحة ينعكس على الطلب على لبن الأطفال وملابس الأطفال فيقل ، ويحدث العكس اذا ارتفع عدد المواليد ، اذ أن ذلك من شأنه زيادة الطلب على مثل هذه السلع .

٢.. العوامل النوعية :

أ - أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم :

يتغير الطلب بتغير أذواق وتفضيلات المستهلكين ، والتى قد تستلزم زيادة الطلب على بعض السلع ونقص على البعض الأخر ، فكلما زاد تفضيل المستهلكين لسلعة معينة كلما زاد استهلاكهم منها وطلبهم عليها ، ومن هنا كانت أهمية الاعلان فى الطلب على السلعة ، اذ أن القيام بالحملات الاعلانية يحيط المستهلكين علما بالمواصفات الدقيقة للسلعة وما تتضمنه من مزايا تناسب أذواقهم مما يجعلهم يقبلون على طلبها فيزيد ، ومن الملاحظ أن تغير أذواق وتفضيلات المستهلكين هو متغير مستقل لايخضع للقياس الكمى ، ومن ثم فهو من العوامل النوعية التى تؤثر فى الطلب على السلعة .

ب - طريقة توزيع الدخل القومى :

يعتمد الطلب على السلع على طريقة توزيع الدخل القومى ، اذ أنه كلما كان توزيع الدخل القومى فى صالح الطبقة الفقيرة زاد الطلب على السلع والخدمات ، وذلك لارتفاع الميل الحدى للاستهلاك (١) عند هذه الطبقة ، أما اذا كان توزيع الدخل القومى فى صالح الطبقة الغنية فان ذلك لايؤدى الى زيادة الطلب كثيرا نظرا لانخفاض الميل الحدى للاستهلاك لطبقة الأغنياء ، ولايخضع هذا المتغير المستقل أيضا للقياس الكمى .

ويدفعنا هذا الى دراسة أنواع الطلب وهى :

أولا : الطلب السعرى :

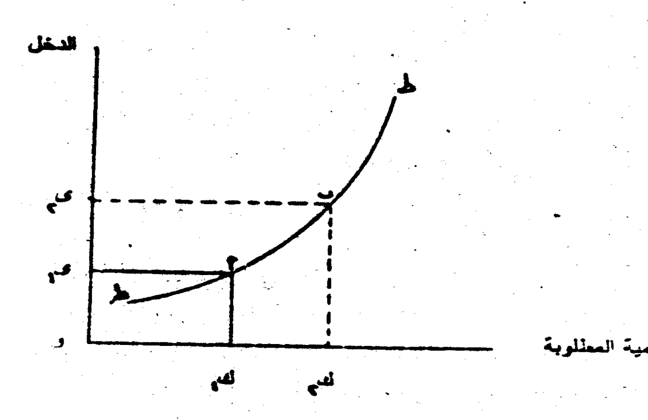
هو الكمية المطلوبة من سلعة ما عند مستويات افتراضية مختلفة لسعر هذه السلعة ، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة ، فى فترة زمنية محددة ، وينحدر منحنى الطلب السعرى ، كما سبق أن أوضحنا من أعلى الى أسفل متجها نحو اليمين ، دالا على وجود علاقة عكسية بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وثمن هذه السلعة ، وغالبا ما يطلق على الطلب السعرى لفظ " الطلب " فقط .

---

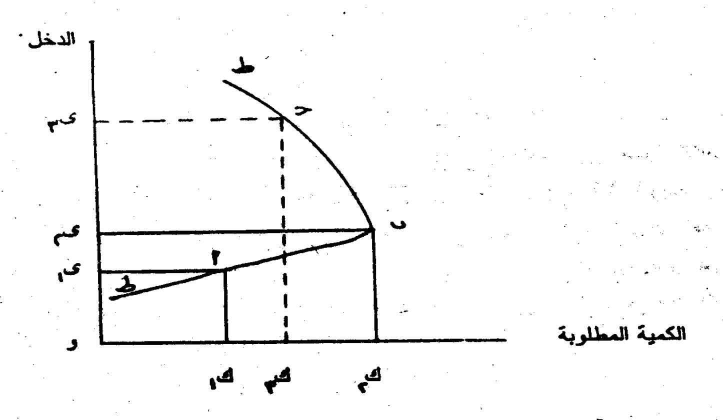
(١) الميل الحدى للاستهلاك هو عبارة عن التغير فى الاستهلاك مقسوما ÷ التغير فى الدخل

ثانيا : الطلب الدخلي :

هو الكمية المطلوبة من سلعة ما عند مستويات افتراضية مختلفة لدخل المستهلك ، مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة ، وفى هذه الحالة يمكن تمثيل الكمية المطلوبة على المحور الأفقى ، والدخل على المحور الرأسى ، وغالبا ما تكون العلاقة التى تربط بين الكمية المطلوبة ودخل المستهلك علاقة طردية ، اذ أن زيادة دخل المستهلك تؤدى الى زيادة الطلب على السلعة فى حين يؤدى النقص فى دخل المستهلك الى انخفاض الطلب على السلعة ، وعادة ما يكون منحنى الطلب الدخلى صاعدا من أسفل الى أعلى متجها نحو اليمين ، وذلك كما يتضح من الشكل التالى ، حيث يرمز للدخل بالرمز (ى)



من هذا الشكل يتضح أنه عندما يرتفع الدخل من (وى١) الى (وى٢) تزيد الكمية المطلوبة من (وك١) الى (وك٢) ، ويستثنى الطلب الدخلى على السلع الرديئة من هذه القاعدة ، حيث ينخفض الطلب عليها عندما يرتفع دخل المستهلك عن حد معين ، وتكون العلاقة بين الكمية المطلوبة ودخل المستهلك ، فى حالة السلع الرديئة علاقة طردية ، الى أن يصل دخل المستهلك الى حد معين تصبح هذه العلاقة بعده عكسية ، وذلك كما يتضح من الشكل البيانى التالى :



من هذا الشكل يتضح أنه بارتفاع الدخل من (و ي١) الى (و ي٢) تزداد الكمية المطلوبة من السلعة الرديئة من (و ك١) الى (و ك٢) ، واذا ارتفع مستوى الدخل عن (و ي٢) ، فإن الكمية المطلوبة تبدأ فى الانخفاض ، اذ أنه بارتفاع الدخل الى (و ي٣) تنخفض الكمية المطلوبة من السلعة الرديئة الى (و ك٣) .

ثالثا : الطلب التبادلى :

هو الكمية المطلوبة من سلعة ما عند مستويات افتراضية مختلفة لسعر سلعة أخرى ، قد تكون بديلة أو مكملة . وتختلف العلاقة التى تربط بين الكمية المطلوبة من سلعة ما وسعر سلعة أخرى تبعا لما اذا كانت السلعتان بديلتين أو مكملتين - وذلك على النحو التالى :

أ - عندما تكون السلعتان بديلتين :

اذا كانت السلعتان بديلتين فإن العلاقة بين الكمية المطلوبة من احدى السلعتين وسعر السلعة الأخرى تكون علاقة طردية ، فاذا ارتفع سعر السلعة البديلة فإن المستهلكون يقللون من طلبهم عليها ويتجهون نحو طلب السلعة الأصلية ، فيزيد الطلب على هذه السلعة الأصلية ؟

ب - عندما تكون السلعتان مكملتين :

اذا كانت السلعتان مكملتين فإن العلاقة بين الكمية المطلوبة من احدى السلعتين وسعر السلعة الأخرى تكون علاقة عكسية ، فإذا ارتفع سعر السلعة المكملة ، يقلل المستهلكون من

طلبهم على السلعة الأصلية ، ويحدث العكس عند انخفاض سعر السلعة المكملة ، اذ يتبع ذلك ارتفاع الطلب على السلعة الأصلية .

وتكون السلعتان مكملتين عندما يتم استخدامهما معا لإشباع حاجة معينة ، حيث يؤدى طلب احدى السلعتين الى طلب السلعة الأخرى ، وقد تكون السلعتان مكملتين تامتين ، كما فى حالة فردتى الحذاء أو الجورب ، اذ أنه عند شراء اليمنى لابد فى نفس الوقت من شراء اليسرى ، وقد تكون السلعتان مكملتين غير تامتين ، كما فى حالة الشاى والسكر .

مرونة الطلب :

تعرف مرونة الطلب بصفة عامة بأنها : "مقياس لدرجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة ما للتغير فى أحد المتغيرات المستقلة (١) ، والآن نتكلم باختصار عن مرونات الطلب :

١.. مرونة الطلب السعرية :

هى مقياس لدرجة استجابة الكمية المطلوبة للتغيرات التى تحدث فى السعر ، ويختلف مدى استجابة الكمية المطلوبة للتغير فى السعر من سلعة لأخرى ، فقد يكون الطلب على سلعة ما ذا حساسية فائقة لأى تغير فى السعر ، فى حين تقل درجة تلك الحساسية فى سلعة أخرى ، وأحيانا تنعدم الحساسية بحيث أن أى تغير نسبى فى السعر لايقابله تغير فى الكمية المطلوبة - وفيما يلى أنواع الطلب بالنسبة لمرونة الطلب السعرية :

- طلب منعدم المرونة (م = صفر) أى أن التغير النسبى فى سعر السلعة لايقابله أى تغير نسبى فى الكمية المطلوبة ، بمعنى أن الكمية المطلوبة لاتتغير نتيجة للتغير فى السعر زيادة أو نقصا .
- طلب غير مرن (م < ١) أى أن التغير النسبى فى السعر يصحبه تغير نسبى أقل منه فى الكميه .
- طلب متكافىء المرونة (م = ١) أى أن التغير النسبى فى الكمية مساويا تماما للتغير النسبى فى السعر .
- طلب مرن (م > ١) ويحدث ذلك اذا كان التغير النسبى فى الثمن مصحوبا بتغير نسبى فى الكمية أكبر منه .
- طلب تام المرونة (م = ∞) اذا حدث تغير نسبى فى الكمية فى حين يظل السعر ثابتا دون تغير .

---

(١) من أهم المتغيرات المستقلة فى دالة الطلب سعر السلعة نفسها ، ودخول المستهلكين وأسعار السلع البديلة والمكملة .

٢.. مرونة الطلب الدخلية :

هى مقياس لدرجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة ما للتغير فى دخل المستهلك لهذه السلعة (وينقسم الطلب على أى سلعة من حيث مرونته بالنسبة للدخل الى : منعدم المرونة ، غير مرن ، متكافىء ، مرن ، تام) .

٣.. مرونة الطلب التبادلية :

هى مقياس لدرجة استجابة الطلب على سلعة ما بالنسبة للتغير فى سعر سلعة أخرى .

●●● كانت هذه نبذة موجزة عن نظرية الطلب فى أحدث النظريات الاقتصادية المعاصرة ، حيث تناولنا بالشرح آخر تعريف للطلب ، أثر تغيرات الثمن فى الطلب ، وطرق التعبير عنه ، أثر تغيرات ظروف الطلب والعوامل التى يعتمد عليها الطلب ، وأخيرا مرونة الطلب .

٢ .. العرض

تعريف العرض :

" هو تلك الكميات التى يرغب المنتجون فى عرضها للبيع من هذه السلعة عند كل سعر معين فى فترة زمنية محددة " .

أثر تغيرات الثمن فى العرض :

يؤدى ارتفاع سعر السلعة الى زيادة الكمية التى يكون المنتجون على استعداد لعرضها للبيع ، وعلى العكس تنخفض تلك الكمية المعروضة بانخفاض الثمن ، ويمكن تفسير ذلك بأن المنتجين يرغبون فى بيع كمية أكبر من السلعة كلما ارتفع ثمنها ، وذلك للحصول على أكبر قدر ممكن من الأرباح ، أما اذا انخفض السعر فإن المنتجين يقللون من عرض السلعة للبيع .

وتتحدد أسعار السلعة أساسا بنفقات انتاجها ، أى ما دفع من عوائد لعوامل الانتاج المشتركة فى العملية الانتاجية لانتاج هذه السلعة ، ويؤدى ارتفاع الثمن الى زيادة مقدرة المنتجين على دفع عوائد أعلى لعوامل الانتاج ، مما يساعد على اجتذاب المزيد منها للاشتراك فى انتاج هذه السلعة فيزيد عرضها ، أما انخفاض السعر فيجبر المنتجين على دفع عوائد أقل لعوامل الانتاج مما يجعل بعضهم يحجم عن الدخول فى عملية انتاج هذه السلعة متوجها الى سلع أخرى فيقل عرض السلعة .

ويمكن التعبير عن العرض بجدول العرض ، ومنحنى العرض ، ودالة العرض . وفيما يلى عرض مختصر لهذه الطرق الثلاث :

١. جدول العرض :

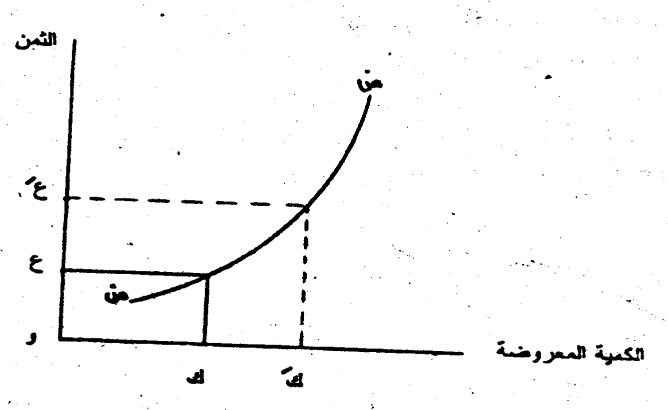
يمثل جدول العرض – كما هو الحال فى جدول الطلب – مختلف الكميات من سلعة ما والتى يكون المنتجون على استعداد لعرضها للبيع عند أسعار معينة فى فترة زمنية محددة ، وهكذا يوضح جدول العرض الأثر الذى يحدثه تغير ثمن السلعة على الكمية المعروضة من السلعة :

الثمن	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠
الكمية المعروضة	١	٧	١٤	٢٢	٣١	٣٦	٤٦	٥٧	٦٩	٨٢

ويتضح من هذا الجدول أن العلاقة بين الكمية المعروضة والثمن علاقة طردية ، اذ أنه كلما ارتفع الثمن كلما زادت الكمية المعروضة من السلعة ، وتقل الكمية المعروضة بانخفاض الثمن .

٢. منحنى العرض :

يمكن تمثيل البيانات الواردة فى جدول العرض بيانيا بحيث تظهر الكمية المعروضة على المحور الأفقى ، والثمن على المحور الرأسى ، ويمثل العرض العلاقة المباشرة بين ثمن السلعة والكمية التى تعرض منها للبيع عند كل ثمن ، ويتجه منحنى العرض من أسفل الى أعلى متجها نحو اليمين ذا ميل موجب ، ولهذا فان العلاقة بين الكمية المعروضة وبين الثمن تعتبر علاقة طردية . اذ أنه بارتفاع الثمن من (وع) الى (وعَ) زادت الكمية المعروضة من (وك) الى (وكَ) كما فى الشكل التالى :



٣. دالة العرض :

يمكن التعبير عن الكمية المعروضة من سلعة ما بأنها دالة فى السعر ، وذلك على الصورة : ك ص = د (ع)

ولكل سلعة دالة عرض معينة تربطها بالسعر وتختلف عن دوال عرض غيرها من السلع ، وقد تأخذ دالة العرض صورة خطية ، أو صورة غير خطية ، كما تختلف الدوال الخطية فيما بينها من حيث المقدار الثابت أو معامل الثمن ، فاذا فرضنا أن دالة العرض تأخذ صورة خطية فانه يمكن وضعها على الصورة الافتراضية التالية : ك ص = ١٠ + ٥ ع

وهكذا ترتبط الكمية المعروضة من سلعة ما بسعر هذه السلعة بعلاقة طردية – تتضح مما يلى :

– اتجاه الأرقام فى جدول العرض ، حيث تتزايد الكمية المعروضة من السلعة من ١ الى ٨٢ نتيجة لزيادة الثمن من ١ الى ١٠.

– اتجاه منحنى العرض ، حيث يصعد من أسفل الى أعلى متجها نحو اليمين ممثلا لزيادة الكمية المعروضة كلما زاد الثمن .

– الاشارة الموجبة لمعامل الثمن فى دالة العرض ، والتى تأخذ فى مثالنا الحالى الصورة التالية : ك ص = ١٠ + ٥ ع

ولكن بوضع دالة العرض على هذه الصورة نفترض بقاء العوامل الأخرى ثابتة ، وحتى يمكننا معرفة هذه العوامل نجد لزاما علينا أن ندرس دالة العرض فى صورتها العامة – والتى هى : ك ص = د (ع ، ت ، م١ ، م٢ ، م٣ ، م٤ ، ق)

حيث ك ص = الكمية المعروضة من السلعة

ع = ثمن هذه السلعة

ت = المستوى الفنى والتكنولوجى

ق = التوقعات المستقبلية

م١ ، م٢ ، م٣ ، م٤ = أسعار عوامل الانتاج من أرض وعمل ورأس مال وتنظيم

أثر تغيرات ظروف العرض :

يمكن تناول العلاقة بين الكمية المعروضة من السلعة وبين كل العوامل التى تؤثر عليها وذلك من خلال دراسة أثر تغيرات ظروف العرض :

١ – **سعر السلعة نفسها (ع) :**

توجد علاقة طردية – كما أوضحنا – بين الكمية المعروضة من سلعة ما وبين سعر هذه السلعة ، حيث يزيد المنتجون من انتاج السلعة وعرضها للبيع كلما ارتفع ثمنها ، وذلك بغرض بقاء العوامل الأخرى ثابتة ، اذ أن ذلك يزيد من الأرباح التى يحصل عليها المنتج وذلك بعد دفعه لعوائد عوامل الانتاج المشتركة فى العملية الانتاجية ، وعلى الجانب الأخر نجد أن انخفاض سعر السلعة لايشجع المنتجين على انتاج السلعة فيقل عرضها ، اذ أن انخفاض سعر السلعة مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة يؤدى الى تقليل الربح الذى يحصل عليه المنتج ، مما يدفعه الى تخفيض الكمية المعروضة من السلع .

٢ - عوائد خدمات عوامل الانتاج (م١ ، م٢ ، م٣ ، م٤) :

تعتمد الكمية المعروضة من سلعة ما على عوائد عوامل الانتاج الداخلة فى انتاجها . فانخفاض عوائد عوامل الانتاج يؤدى الى زيادة الأرباح ، مما يشجع المنتجين على زيادة انتاج هذه السلعة وعرضها للبيع ، ومن ناحية أخرى فإن ارتفاع عوائد عوامل الانتاج ينعكس على الأرباح ، فيقل منها . ولذلك يضطر المنتجون الى تخفيض عرض السلعة ، ومن ثم فإن عرض السلعة يرتبط بعوائد عوامل الانتاج المشتركة فى انتاجها بعلاقة عكسية .

٣ - المستوى الفنى والتكنولوجى (ت) :

يعتمد عرض السلعة على المستوى الفنى والتكنولوجى السائد ، وامكانية الاحلال بين عوامل الانتاج ، فكلما تقدم المستوى الفنى والمعرفة التكنولوجية كلما زاد انتاج السلعة وزاد عرضها ، وكلما تم انتاج وعرض سلع جديدة لم تكن موجودة من قبل ، فمثلا أدى التقدم فى المستوى الفنى والتكنولوجى الى زيادة عرض كثير من مصنوعات البلاستيك والألياف الصناعية ، وغيرها من السلع التى لم تكن معروفة من قبل .

أما تخلف المستوى الفنى والتكنولوجى فيعتبر قيدا كبيرا على كمية السلع المعروضة .

٤ - التوقعات المستقبلية (ق) :

تؤثر التوقعات المستقبلية حول ثمن سلعة ما فى الكمية المعروضة منها ، فاذا توقع المنتجون زيادة أسعار السلعة فى المستقبل ، فإنهم يقللون من العرض الحالى لما لديهم منها على أمل عرضها بعد ذلك طمعا فى بيعها بذلك الثمن المرتفع فى المستقبل .

ولذلك يجب أن نفرق بين الانتاج وبين العرض ، حيث يقصد بالعرض تلك الكميات التى يعرضها المنتجون للبيع عند مختلف الأثمان ، فى حين يعنى الانتاج فقط انتاج السلعة دون أن يعنى بالضرورة عرضها للبيع فى الحال .

وعندما يتوقع المنتجون زيادة الأسعار فى المستقبل فقد يزيدون من انتاجهم الحالى على أمل عرضه في المستقبل لبيعه بالأسعار المتوقعة المرتفعة وزيادة الأرباح ، ويترتب على ذلك أن توقع ارتفاع الأثمان فى المستقبل يؤدى الى نقص الكمية المعروضة للبيع فى الوقت الحالى ، أما توقع انخفاض الأسعار فى المستقبل فيدفع المنتجين الى زيادة عرض ما لديهم من سلع على أمل بيعها قبل انخفاض أثمانها فى المستقبل.

مرونة العرض :

تعرف مرونة العرض بأنها : " مقياس لدرجة استجابة الكمية المعروضة للبيع من سلعة ما للتغير في ثمن هذه السلعة . ويمكن التعبير عنها رياضيا كما يلي :

مرونة العرض = التغير النسبي في الكمية المعروضة / التغير النسبي في الثمن

وحيث أن العلاقة بين الكمية المعروضة وبين السعر غالبا ما تكون علاقة طردية ، فإن مرونة العرض تكون ذات اشارة موجبة ، وتختلف السلع فيما بينها من حيث مدى حساسية الكميات المعروضة منها للتغير في ثمن بيعها . فبعض السلع تزيد درجة حساسية عرضها للبيع للتغير في الأسعار ، وبعضها تقل درجة هذه الحساسية ، ولذلك يمكن تقسيم العروض من حيث مرونته أو عدم مرونته الى الأنواع الآتية :

- عرض منعدم المرونة (م ض = صفر) يكون عرض السلعة منعدم المرونة اذا كان التغير النسبي في الثمن لايقابله أي تغير نسبي في الكمية المعروضة منها للبيع ، بمعنى أن الكمية المعروضة لاتتغير نتيجة لتغير الثمن زيادة أو نقصا .
- عرض غير مرن (م ض < ١) اذا كان التغير النسبي في الكمية المعروضة أقل من التغير النسبي في الثمن .
- عرض متكافيء المرونة (م ض = ١) اذا كان التغير النسبي في الكمية يعادل تماما ذلك التغير النسبي الذى حدث في الثمن .
- عرض مرن (م ض > ١) اذا كان التغير النسبي في الكمية المعروضة يفوق ذلك التغير النسبي في الثمن .
- عرض تام المرونة (م ض = ∞) اذا تغيرت الكمية دون أن يحدث أي تغير في الثمن .

٣ .. تأثير التغير فى تكلفة الرحلة على الطلب السياحى
(مرونة الطلب السياحى)

والآن ندرس الشق التطبيقى لنظرية الطلب على القطاع السياحى ، فمن الملاحظ أن الطلب على السياحة فى تزايد مستمر ، فحركة السياحة الدولية تتزايد بشكل مستمر سواء فى عدد السائحين أو فى عدد الليالى السياحية ، ومن أهم العوامل التى تؤثر على زيادة الطلب السياحى ما يلى :

١. التزايد العالمى المستمر فى عدد السكان ووجود أجيال جديدة تدخل مراحل عمرية جديدة تحتاج الى اشباع رغباتها من الخدمات السياحية .

٢. الارتفاع المستمر فى الدخول ، حيث تشجع زيادة الدخل على الاستفادة من الخدمات السياحية والتجوال والترحال واكتساب المعارف والخبرات .

٣. التحسن المستمر فى مستويات المعيشة وزيادة أوقات الفراغ وحق العاملين فى الحصول على اجازات للسفر وكسب المعارف .

٤. التطور المستمر فى وسائل الاتصال والمواصلات ، وما أتاحته من امكانيات الانتقال السريع لأى مكان فى العالم ، وكذا معرفة ما يدور حولنا من أحداث .

ان الطلب السياحى هو طلب متزايد ومتنامى ومتسع ، بمعنى أنه متزايد بتزايد عدد السياح ، ومتنامى فى حجم الانفاق على الخدمات السياحية ، ومتسع لأنه يشمل قطاعات جديدة من الأفراد ، وكذا من المناطق التى يتم اكتشافها وتدخل الى مجال الأماكن والمناطق السياحية ، ويمكننا أن نميز بين ثلاث أنواع من الطلب السياحى – وهى :

١.. الطلب السياحى العام :

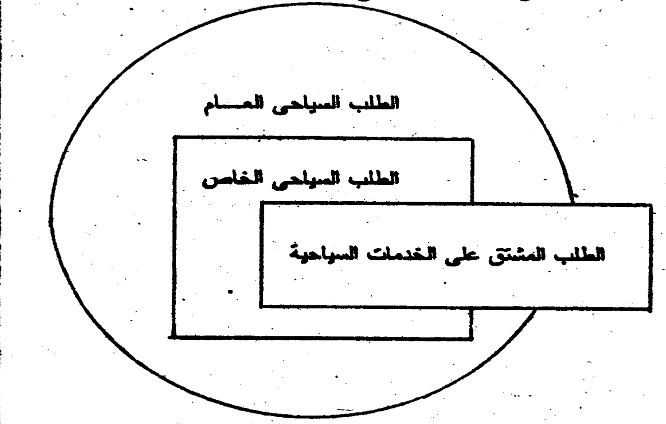
ويقصد به الطلب العام على اجمالى الخدمات السياحية ، أو على الخدمات السياحية عموما ، بصرف النظر عن النوع ، أو الوقت ، أو المدة ، ومن هنا يرتبط الطلب العام بالعملية السياحية ككل ، وليس بنوع محدد منها أو برنامج خاص من برامجها .

٢.. الطلب السياحى الخاص :

ويرتبط هذا النوع من الطلب السياحى ببرنامج سياحى معين ، وجده السائح مشبعا لاحتياجاته ورغباته السياحية ، ومن ثم اختص هذا البرنامج بتعاقداته ، وارتبط به أو اشتراه ، ومن هنا فإن الطلب على هذا البرنامج يصبح طلبا خاصا بسائح معين أو بمجموعة من السياح وليس السياح ككل .

٣.. **الطلب السياحي المشتق :**

وينصرف هذا من الطلب السياحي الى الخدمات السياحية المكملة أو المكونة للبرنامج السياحي ، مثل الطلب على الفنادق ، والطلب على شركات الطيران ، والطلب على شركات النقل السياحي ، والطلب على المأكولات والأطعمة السياحية ، وعلى هذا يمكن لنا تصوير العلاقة بين أنواع الطلب الثلاث من خلال الشكل التالي :



هذا من ناحية ، ومن ناحية أخرى يمكن لنا التفرقة بين نوعين من الطلب السياحي أيضا ، هما :

٤.. **الطلب السياحي الفعال الحالي :**

وهو طلب صريح من جانب السياح لتوافر عوامله ، وأهمها الرغبة والقدرة على الدفع ، فضلا عن الظروف المناسبة الأخرى الحافزة للطلب والدافعة للتعاقد ، ويمثل هذا الطلب اجمالي التعاقدات التي تمت فعلا على البرامج السياحية من جانب السياح خلال فترة معينة من الزمن .

٥.. **الطلب السياحي الكامن :**

وهو طلب ينقصه أحد عوامله الأساسية ، بمعنى أن لا تتوافر لديه أحد هذه العناصر - مثل :
- القدرة على دفع تكاليف البرنامج السياحي .
- الرغبة في التعاقد على البرنامج السياحي .
- عدم توفر الظروف المناسبة والمحفزة على هذا التعاقد .

ان معرفة شركة السياحة بالعنصر الناقص تستطيع بتوفيره تحويل الطلب الكامن الى طلب صريح فعال على برامجها السياحية ، ولعل أهم مـا تستخدمه شركات السياحة فى هذا المجـال ، دفع قيمة البرنـامج السياحى بالتقسيط المناسب لقدرة السائح على الدفـع ، وكـذا الحملات الاعلانية والجهود البيعية لرجال بيع البرامج السياحية ، والتى من خلالها يتم تنشيط الرغبة لدى السائح للتعاقد على البرامج ، يضـاف الـى ذلك عمليات توفير تسهيلات الاقامة والراحة والمتعة لتكون الاطار والمناخ العام المحيط بالعملية السياحية .

ويمكن تنشيط الطلب السياحي كالآتى :

- ضرورة العمل على انتشـار المكـاتب السياحية للأسـواق المصـدرة للسـائحين باعتبارها الدعامة للدعاية والتنشيط السياحى .
- ترتيب زيارات كبار المسئولين المتخصصين فى شئون السياحة الى بعض الدول المصدرة للسائحين لعقد ندوات والقاء محاضرات عن المغريات السياحية في مصر .
- دعوة الصحفيين المهتمين بأمور السياحة فى الدول المختلفة ، وكذلـك ممثلـى شركات السياحة في هذه الدول ، لزيارة مصر والتعرف على المعـالم السياحية بهـا وتزويدهم بالكتيبات والنشرات والمعلومات عن المناطق السياحية المختلفة .
- الاهتمام بالاعلام السياحى عن طريق انتاج الأفلام السياحية والإتفاق مع الشركات المتخصصة لعرض هذه الأفلام بأجهزة الاعلام المختلفة المسموعة والمرئية .

مرونة الطلب السياحي :

تمثل نفقة النقل عنصرا أساسيا من عناصر نفقة الرحلة (تكلفة الرحلة) ، وتقدر هذه النفقة فى الستينات فى المتوسط بنحو ٤٠٪ من تكلفة الرحلة ، واذا كانت نفقة النقل قـد اتجهت للزيادة خلال السبعينات ، فانها مع ذلك ما زالت لاتتجاوز نصف نفقة الرحلة ، ونظـرا الى أن نفقة النقل (ونفقة الاقامة) تمثل نسبة كبيرة مـن اجمـالى نفقة الرحلة على هذا النحو ، فإن التغير النسبى فى هذه النفقة يمكن أن يؤثر تأثيرا محسوسا فى الطلب السياحى .

على سبيل المثال فإن التغيرات فى أسعار الاقامة يمكن أن تمارس تأثيرا واضحـا فـى السوق السياحى ، فالمناطق التى تتميز بنفقات منخفضة فى الاقامة قد نمت بدرجة أسرع من المناطق التى تكون فيها نفقات الاقامة مرتفعة ، وهذا ما يفسر النمو السريع للسوق السياحى فى اسبانيا فى السنوات الأخيرة ، بخلاف الحال فى السوق السياحى فى فرنسا .

ويعبر اقتصاديا عن درجة استجابة الكميات المطلوبة من السلعة أو الخدمة للتغير فى أسعارها بمرونة الطلب السعرية ، وتقاس بقسمة التغير النسبى فى الكمية المطلوبة ÷ التغير النسبى فى الأسعار ، وتأخذ خمس مستويات سبق دراستها عند الاشارة الى مرونة الطلب ، وهى : طلب مرن (م > ١) ، وغير مرن (م < ١) ، ومتكافىء المرونة (م = ١) ، ولانهائى المرونة (م = ∞) ، وعديم المرونة (م = صفر) .

ويعتبر الطلب على السياحة طلبا حساسا بالنسبة لمستوى الأسعار وبمعنى أخر يعتبر الطلب فى السوق السياحى طلبا مرنا ، فانخفاض نفقة الرحلة بنسبة ١٠٪ مثلا يترتب عليه زيادة حجم الطلب السياحى بنسبة أكبر .

وهناك مرونة أخرى للطلب سبق دراستها ، وهى مرونة الطلب الدخلية ، وتقاس بقسمة التغير الذى حدث فى الكمية المطلوبة من السلعة أو الخدمة ÷ نسبة التغير الذى يحدث فى الدخل ، ويلاحظ أن الدراسات السياحية التى أجريت على الرحلات الترفيهية قد أثبتت أن المرونة هنا تكون مرتفعة أيضا ، على اعتبار أن الطلب على السياحة يتأثر بنسبة أكبر من نسبة التغيرات فى الدخول ، وعلى سبيل المثال اذا زادت الدخول بواقع ١٠٪ فإن الزيادة فى الطلب على السياحة تبلغ ٢٠٪ ، كما تبين من بعض الدراسات أن نمو الدخل الذى يبلغ ١٪ يمكن أن يؤدى الى زيادة الرحلات الترفيهية الجوية بواقع ٢,٢٪ .

وهناك أنواع أخرى من الطلب السياحى ليست فى حاجة الى تفصيل مثل ما سبق منها [الطلب على الاسكان الفندقى ، ويتعلق بالليالى السياحية التى يقضيها السائح فى الفندق ويرتبط بها اشغال الغرف وعدد الأسرة : وهو المنتج الرئيسى بالنسبة لهذه النوعية من الاستغلال ، والطلب على الخدمات الفندقية مثل المطاعم والكافيتيريا والمشروبات وحمام السباحة وصالات الاحتفالات والمؤتمرات والخدمات الطبية والتجارية والرياضية والخدمات الشخصية وخدمات البنوك والتمويل وشركات السياحة ، والطلب الداخلى والطلب الخارجى ، والطلب الموسمى والطلب شبه الدائم ، والطلب الفاخر ، والمرتفع ، والمتوسط ، والعادى الفردى ، والطلب الجماعى ، وهذه ليس محل دراستها هنا] .

وحتى تكتمل الصورة التطبيقية لابد من دراسة تطبيق نظرية العرض ، وحتى يتحقق هذا يتعين دراسة مكونات ومضمون العرض السياحي للدولة دراسة مسحية شاملة ، بناءا عليها يتم رسم خريطة سياحية تتضمن المناطق والخدمات السياحية وعناصر الجذب السياحي بالدولة وما تحتاج اليه من مشروعات للنهوض بها ورفع انتاجها وانتاجيتها ، مع وضع أولويات منطقية لهذه المشروعات وبصفة خاصة للقضاء على الراكد والعاطل وغير المستغل منها ، وفي الوقت نفسه للقضاء على الاختناقات في الخدمات السياحية .

هناك عدة جوانب أساسية بالنسبة للعرض السياحي يجب معرفتها ، وأهمها ما يلي :

١. مدى مخاطبة البرنامج التسويقي للسائح واشباعه لرغباته واحتياجاته ودوافعه وتناسبه مع قدراته المادية والجسمية والمعنوية .

٢. الظروف السياسية داخل كل من البلد التي سيزورها السائح وكذا التي يعيش فيها وطبيعة العلاقات السياسية والاقتصادية التي تربط بين الدولتين .

٣. ظروف المنافسة السياحية التي تواجه مزيج الخدمات السياحية التي تقدمها سواء في الداخل أو الخارج .

٤. النظام النقدي المطبق في الدولة المضيفة ومدى صرامة اجراءاته أو يسرها .

٥. حجم التسهيلات السياحية المتوفرة في الدولة وجودتها وتطابقها مع احتياجات ورغبات السياح .

٦. مدى اعتماد شركات السياحة على الأساليب العلمية في تسويق برامجها السياحية واختيارها للمزيج التسويقي المناسب لتسويق هذه البرامج سواء فيما يتصل بالخدمات السياحية أو توزيعها أو ترويجها أو تسعيرها .

ويختلف العرض السياحي حسب خدماته -- فهناك :

العرض الفندقي :

ويتحدد هذا العرض والذي يطلق عليه تعبير (الطاقة الفندقية القصوى) بالمعادلة الاتية :

ع ك = ع ح + ع ق ..... (١)

حيث أن : ع ك = العرض الكلى

ع ح = العرض الحالى أو المتاح

ع ق = العرض المتوقع

كما يتحدد العرض الفندقى الفعلى ، والذى يطلق عليه (الطاقة الفندقية الفعلية) بالمعادلة الآتية :

ع ف = ع ك × م ش ...... (٢)

حيث تعبر م ش عن معدل الاشغال ، ويقدر بقيمة متوسطة على أساس المعدلات الحالية أو المعدلات المتوقعة .

ومن قراءة الاحصاءات والبيانات والمشاهدات الواقعية المتعلقة بالعرض السياحى ، سواء القصوى أو الفعلية ، وتطبيقها على المعادلتين السابقتين ، نستطيع أن نستخلص الحقائق والملاحظات الآتية :

- دخول عنصر الزمن أو الناحية الديناميكية فى العلاقة ، حيث تمر فترة بين بداية انشاء بعض المشروعات ومرحلة التشغيل الفعلى ، وستحدد المنافسة على ضوء الواقع المقرر فى فترة التشغيل .
- يشمل العرض الكلى كافة المعروض والمتاح بصرف النظر عن الدرجة والنوعية ، وتؤخذ الدرجات فى الحسبان عند اجراء التقسيم النوعى للعرض أو الطاقة المتاحة .

وبالتطبيق على مصر نجد أن بها الكثير من الثروات السياحية ، ويرجع تاريخ هذه الثروات الى فترة ما قبل التاريخ والعصر الفرعونى والدينانى ، وكذلك العديد من الآثار القبطية والاسلامية القديمة ، هذا بالاضافة الى شواطىء ممتدة على نهر النيل والبحر الأبيض والبحر الأحمر ، وتنتشر هذه الثروات السياحية فى المحافظات المصرية ، ويمكن القول أن معظم محافظات مصر غنية بمعالمها السياحية ، وعلى سبيل المثال فمحافظة الجيزة يوجد بها الأهرامات الثلاث ، كما يوجد فى المتحف المصرى بالقاهرة ما يقرب من ربع مليون قطعة أثرية تحكى تاريخ مصر ، بالاضافة الى المتحف القبطى والعديد من الكنائس والأديرة وتضم القاهرة والأسكندرية العديد من الآثار الاسلامية المشهورة مثل قلعة محمد على وقلعة قايتباى وجامع الأزهر الشريف .

وتعتبر منطقة حلوان بمناخها الدافىء وجوها الجاف ، وهو ضرورى فى علاج بعض الحالات المرضية ، وهذا يسهم فى زيادة المعروض من السياحة العلاجية فى مصر ، وتتميز منطقة البحر الأحمر بملاءمتها لأنواع السياحة المختلفة ، ففى مدينة الغردقة يوجد متحف الأحياء المائية الخاصة بالبحر الأحمر ومركز البحوث الطبية والوقائية ، مما يخدم البحوث والسياحة الثقافية ، أما الآثار الموجودة فتتمثل فى مجموعة من الآثار والحفريات لتاريخ ما قبل الأسرات ، وهى تمتد الى جميع العصور الفرعونية والرومانية والقبطية والاسلامية ، أما عن السياحة الدينية فى هذه المنطقة فتظهر فى العديد من الأضرحة الاسلامية ، وكذلك مجموعة من الأديرة القديمة ، ويظهر دير القديس انطونيوس الذى يعتبر من أقدم الأديرة المسيحية فى العالم ، والذى يأتيه العديد من السياح كل عام .

وتتضمن هذه المنطقة أيضا مجالات لسياحة الاقامة ، حيث تعتبر المنطقة مشتى عالمى للسياحة الداخلية والخارجية وسياحة الصيد والغطس ، حيث تتوافر المياه الصافية والأسماك الملونة ، بالاضافة لممارسة الرياضات المختلفة .

ان مصر تزخر بعرض سياحى عالمى يضعها فى مصاف الدول العريقة فى امكانياتها السياحية ، ولكن الى حد ما لم تستغل الاستغلال الأمثل حتى الأن ، وعلى المسئولين بذل قصارى جهدهم لتنشيط الطلب السياحى فى مصر وتطوير العرض السياحى ، وذلك للتمكن من القضاء على مشاكلها الاقتصادية وتسيير ها فى الطريق الصحيح للاصلاح الاقتصادى ، وبناء هيكل اقتصادى قوى مدعم بموارد رأسمالية جيدة .

وحتى يتسنى تحسين العرض السياحى فى مصر يجب تقرير حوافز للمشروعات السياحية ، وتتراوح الاجراءات التى تتخذها الدول النامية فى سبيل دعم صناعة السياحة بين تهيئة المناخ المناسب للاستثمارات الخاصة حتى تزويد المستثمرين فى قطاع السياحة بالمساعدات المالية .

ومن الضرورى أن تستهدف سياسة تقرير الحوافز تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار فى المشروعات السياحية والفندقية ، وتتنوع صور المساعدات المالية التى تقدم للمستثمرين فى القطاع السياحى ، وتبدو أهم صورها فى :

أ - الاعانات (نقدية ، أو عينية) .

ب - القروض طويلة الأجل وبأسعار فائدة منخفضة .

جـ - الاعفاءات الضريبية والجمركية .

د - المساعدات الفنية .

هـ - تقديم مزايا للاستثمارات الأجنبية .

تسعير الخدمات السياحية

تعد عملية تسعير الخدمات السياحية ذات أهمية وتأثيرا على الحركة السياحية وعلى النشاط السياحى ، وذلك لأن قرار السائح يتأثر بشدة بمقدار تكلفة أو تسعير الخدمات السياحية المتاحة ، باعتبار أن تكلفة الخدمات والسلع المتاحة للاستهلاك هى التى توضح مقدار الدخل للسائح خلال زياراته للأماكن المختلفة .

وهناك أسس وسياسات تسعيرية عديدة تستخدم ، ولكل منها ظروف ودواعى استخدام يتعين معرفتها قبل تطبيقها ، حتى تنجح شركة السياحة فى أهدافها التسويقية بالاضافة الى نشاط شركات السياحة وما تقوم به من دور فعال فى جذب السياح والتعاقد معهم من خلال برامج سياحية تعلن عنها .

أسس تحديد التسعير من حيث التكلفة وشروط الدفع

يتم التسعير من خلال زاويتين أساسيتين هما

الزاوية الأولى : من حيث تغطية اجمالى التكاليف :

حيث تعد تغطية التكاليف التى تحملتها الشركة السياحية فى سبيل اعداد وتجهيز وترويج البرنامج السياحى ، أحد السبل الرئيسية للمحافظة على استمرار الشركة السياحية وعدم خروجها من السوق السياحى شديد التقلب . الا أن كثيرا ما لاتستطيع الشركة السياحية تحقيق هذا الهدف بكامله نظرا للمنافسة السعرية الحادة التى قد تلجأ اليها شركات السياحة العملاقة ، أو للركود الشديد الذى يواجه سوق سياحى معين ، وهنا يتم استخدام بديل أو عدة بدائل من أسس التسعير الآتية :

١.. أساس التسعير بالتكلفة الكلية :

ويقوم هذا الأساس بحساب جميع تكاليف الخدمة السياحية مضافا اليها هامش ربح مناسب ، وبحيث تقوم شركة السياحة بوضع البرنامج السياحى الخاص بها ، ووفقا لمكونات البرنامج والخدمات التى يحتويها مثل المستوى المحدد من درجة الفنادق ووسائل الانتقال المستخدمة وغيرها من الخدمات التى سوف تؤدى للسائح .

ثم اضافة هامش ربح معقول الى اجمالى التكلفة ، بحيث يغطى جميع نفقات الشركة ، ويحقق لها فائض أو ربح مناسب .

٢.. أساس التسعير بالتكلفة الجزئية :

وهو من أهم أسس التسعير على الاطلاق وأكثرها استخداما فى السوق السياحية العالمية ، خاصة فى ظل سيادة قوى منافسة قوية فى هذا السوق ، حيث تتجه كثير من شركات السياحة الى المنافسة السعرية ، باعتبارها أكثر الأساليب تأثيرا على جانب كبير من السياح .

وفى هذه السياسة يتم تقسيم وتصنيف تكاليف أداء الخدمة السياحية أو البرنامج السياحى الى قسمين هما :

أ – تكاليف ثابتة :

وهى ذلك النوع من التكاليف التى تتحملها شركة السياحة سواء قدمت برامج أو خدمات سياحية للسياح أو لم تقدم ، وسواء تعاقد سياح على برامجها أو انصرفوا عن هذه البرامج .

وهى بذلك تضم مجموعة من التكاليف التى لاتتأثر بالنشاط السياحى الذى تقوم به شركة السياحة ، وعلى سبيل المثال تضم هذه التكاليف : تكاليف مرتبات الموظفين الدائمين ، وكذلك مصاريف الانارة والتجهيزات المكتبية والديكورات الخاصة بالمكاتب .

ب – تكاليف متغيرة :

وهى ذلك النوع من التكاليف التى تتغير بتغير النشاط السياحى لشركات السياحة ، وتبعا للبرامج والخدمات السياحية التى تقدمها ، وترتبط ارتباطا قويا بحجم هذا النشاط ومستوى الأداء الخاص بالشركة السياحية ، وأهم هذه التكاليف : تكاليف الاقامة فى الفنادق ، وتكاليف حجز خطوط الطيران والانتقالات الداخلية وكذا الاقامة والاعاشة فى المناطق السياحية ... الخ .

وتنظر شركات السياحة الى كلا النوعين من التكاليف على أنهما التكلفة الكلية للبرامج السياحية التى تؤديها للسائح ، الا أنها عند تسعير بعض البرامج التنافسية ، تقوم بالتغاضى عن كل أو جزء من التكاليف الثابتة للبرنامج ، وتقوم بتسعيره بهامش بسيط فوق التكاليف المتغيرة للبرنامج ، على أساس أن هذا التسعير يعطى الشركة فرصة تنافسية وربحية مناسبة أيضا وتفوقا على الشركات المنافسة فى السوق السياحى .

الزاوية الثانية : أسس سياسات التسعير فى العمليات السياحية من حيث طرق الدفع :

، حيث ينظر الى أسس التسعير على أنها تضم نوعين :

أولا : أساس التسعير بالدفع النقدى الفورى :

وتستخدمها شركات السياحة فى ظل الموارد النقدية المحدودة ، وعدم قدرة مواردها النقدية على تغطية الأسواق المختلفة فى العالم ، ومن ثم تحدد شركة السياحة أسلوب التعاقد على برامجها بعبارة " الدفع النقدى الفورى " ، بحيث اذا رغب السائح فى التعاقد على برنامج معين ، يقوم بدفع السعر نقدا حتى يمكن لشركة السياحة اتاحته له .

ولهذه السياسة عدة مزايا ، أهمها المحافظة على سيولة شركة السياحة وعدم تعرضها لأى اعسار ، وفى الوقت نفسه تجنب آثار التضخم السعرى لمدخلات العملية السياحية ، حيث يمكنها من التعاقد على هذه المدخلات ودفع ثمنها فورا بأموال السائح ، وليس من أموالها الذاتية .

ثانيا : سياسات الدفع بالائتمان أو بالتقسيط :

وهى أحد أهم السياسات وأكثرها استخداما فى الوقت الحالى ، خاصة مع ازدياد حجم المنافسة واشتدادها بين شركات السياحة لجذب مزيد من السياح ، فى الوقت الذى ازدادت فيه وتنوعت رغبات السياح وتطلعهم الى الاستفادة من البرامج السياحية المرتفعة الثمن والتى لاتستطيع دخولهم المالية الحالية شرائها أو التعاقد عليها

وقد ساعد على استخدام سياسات التسعير بالدفع الائتمانى الأجل وجود أجهزة مصرفية وبنوك قادرة وراغبة فى تمويل عمليات السياحة بالتقسيط ، حيث تقدم البنوك الى شركات السياحة التمويل المناسب ، والتى تقوم بدورها بمنحه للسائح فى شكل ائتمان يقوم السائح بموجبه بدفع قيمة البرنامج السياحى على أقساط تتناسب مع دخله .

وعادة ما تقوم شركات السياحة بحساب اجمالى تكلفة الخدمات السياحية التى يحتويها البرنامج ، وكذا اجمالى تكاليف الائتمان المصرفى الذى حصلت عليه ، واضافة هامش ربح مناسب اليهما معا ، وتسعير البرنامج السياحى وفقا لهذا الأساس ، ثم تحديد شروط الدفع التى يقوم بموجبها السائح بسداد قيمة البرنامج .

طرق التسعير مع الوسطاء

تمثل سياسة التسعير مع الوسطاء أهمية محورية لشركات السياحة ، حيث أنه بناء عليها ستتحدد نتائج الجهود التسويقية لبرامجها السياحية التى اعتمدتها .

ويعتمد هذا القرار على دراسات مستفيضة مسبقا ، تتناول كافة العوامل التى تحيط بقرار التسعير مع الوسطاء سواء فى الداخل أو فى الخارج ، وليس فقط فى الوقت الراهن ، بل أيضا فى المستقبل القريب .

وهناك ثلاث طرق أساسية فى التسعير مع الوسطاء ، هى :

١. **التسعير الموحد أو الوحيد :**

وتستخدم هذه السياسة عادة عندما يكون للشركة وكيل وحيد ينوب عنها فى اجراء عمليات التعاقد على البرامج السياحية ، ومن ثم فإنها تقوم بتحديد الأسعار الخاصة بكل برنامج سياحى له ، وعليه أن يطبقها فى جميع فروعه وفى جميع منشآته . وتتمشى هذه السياسة مع الشركات المحتكرة للسوق السياحى ، وتستخدم فى الأجل القصير ، وفى نوعيات خاصة من البرامج السياحية التى تقدم لطبقة السياح الأغنياء الذين لايهتمون بسعر أو بثمن البرنامج السياحى بقدر اهتمامهم بمقدار المتعة أو الراحة التى يستمتعون بها فى هذا البرنامج .

وكثيرا ما تغالى شركات السياحة فى تسعير هذه البرامج وفى التشدد فى الزام وكلائها وفروعها بعدم تقديم أى خصومات أو أى مزايا اضافية للسائح عند تعاقده معها حفاظا على الانطباع المميز والخاص للبرنامج السياحى ، وعلى المستوى الخاص جدا لأعضائه المتعاقدين عليه .

٢. <u>التسعير المرن المتمايز</u> :

لكل سوق سياحي خصائصه ، ولكل وسيط سياحي ظروفه ، ولكل عميل قدراته ورغباته ودوافعه ، ومن ثم يصعب تطبيق سياسات سعرية واحدة تطبق على جميع الأسواق وعلى جميع الوسطاء وعلى جميع العملاء ، ومن ثم تلجأ شركات السياحة الى سياسة التسعير المرن ، ومن خلالها تسمح للوكلاء بمدى معين من الخصم الذى يمكن تقديمه على سعر البرنامج السياحي ، ومن هنا يتم تحديد حد سعر أدنى وحد أقصى للتسعير ، وفى اطاره يقوم الوكيل بالتحرك وفقا لما تمليه اعتبارات المنافسة ، وما تحتاج اليه عملية جذب السائح من سياسة وحوافز سعرية . وبالتالى يمكن مع ازدياد أعداد السياح يتم السماح للوكلاء بمنح أسعار مخفضة للأفواج السياحية ذات الأعداد الكبيرة .

ومن هنا فإن كثيراً من الفنادق وشركات الطيران وشركات النقل الداخلي تمنح خصومات على المجموعات الكبيرة التى تتعاقد معها فى إطار سياسة التسعير المرن التى تتبعها .

٣. <u>التسعير المتداخل الذى يجمع بين الطريقتين السابقتين</u> :

وتلجأ شركات السياحة لهذه الطريقة للتغلب على الصعوبات التى تكتنف عملية تصميم استراتيجية التسعير ، ولإعطاء مرونة كافية لوكلائها السياحيين فى اعطاء بعض الخصومات التنشيطية للأفواج السياحية كبيرة العدد ، وفى الوقت نفسه للحفاظ على الطابع المميز لبعض برامجها السياحية ، ومحور هذه السياسة ما يلي :

<u>تقسيم البرامج السياحية التى تقوم شركة السياحة بتقديمها الى قسمين ، هما</u> :

أ - برامج غير مرنة بالنسبة للأسعار وذات طابع مميز ، يتعلق بالجودة أساسا وبالمستوى الطبقى للسياح .

ب - برامج مرنة بالنسبة للأسعار وذات طابع مميز بالنسبة للتسعير ، ويهتم أصحابها بمقدار ما سيتحملونه من تكاليف مقابل استفادتهم من هذا البرنامج .

وتختار شركات السياحة الطريقة التى تتناسب مع برامجها ومع عملائها ، ومع امكانياتها المادية ، فضلا عن الظروف الاقتصادية والاجتماعية المحيطة ، وظروف المنافسة السعرية وغير السعرية التى تتصف بها السوق السياحى ، وطبيعة المرحلة الشرائية التى تمر بها تلك السوق من حيث الرواج أو الركود ... الخ .

ووفقا لهذا التقسيم يتم توزيع البرامج ، وتحديد البرامج التى يسمح فيها للوكلاء بتقديم خصومات عليها فى اطار مرن ، وكذا البرامج التى لايسمح لهم فيها بذلك .

وعلى الرغم من الأهمية الكبرى للتسعير فى تسويق البرامج السياحية ، الا أنه ليس العامل الوحيد فى هذا المجال ، بل أنه عنصر هام ونشط فى نجاح العملية التسويقية ضمن مجموعة من العناصر الأخرى ، من بينها الترويج السياحى ، وهو ما سيتم التعرض له فى الفصول التالية .

تذكر أن

١.. خطوات اعداد وتطوير المنتج السياحي :

- تحديد احتياجات المستهلك أو العميل المرتقب (السائح)
- تحديد أقسام شرائح السوق السياحى
- تصميم فكرة المنتج ، وتحديد الاختيار النهائى
- تحديد مواصفات المنتج وفقا لمتطلبات السوق
- تهيئة المنتج فى شكل نماذج
- تحديد التعديلات الواجب ادخالها على المنتج
- ادخال التعديلات اللازمة وتعديل الأسعار قبل عملية العرض النهائى فى السوق

٢.. ان السياحة بالمعنى الاقتصادى تخلق طلبا أو تهيىء سوقا لعدد من الصناعات قائم بذاته أو متنوع تماما .

٣.. هناك نوعان من الترابط بين انفاق السياح والاقتصاد :

- بنود الاستهلاك العريض
- الترابط بين أنواع التجارة المتضمنة مباشرة فى السياحة وأنواع التجارة والصناعة التى تزود أنواع السياحة بالسلع والخدمات

٤.. تعريف الطلب :

" هو كمية السلعة التى يكون الفرد راغبا فى شرائها وقادرا عليها عند كل سعر ممكن خلال فترة زمنية محددة " .

٥.. طرق التعبير عن الطلب :

١. جدول الطلب ٢. منحنى الطلب ٣. دالة الطلب

٦.. أنواع الطلب :

١. الطلب السعرى ٢. الطلب الدخلى ٣. الطلب التبادلى

٧.. تعتمد الكمية المطلوبة من السلعة على مجموعتين من العوامل :

الأولي : العوامل الكمية : وهى التى تخضع للقياس الكمى

مثل : سعر السلعة نفسها

أسعار السلع البديلة والمكملة

دخل المستهلك وعدد السكان

الثانية : العوامل النوعية : وهى التى لاتخضع للقياس الكمى

مثل : أذواق المستهلكين وتفضيلاتهم

طريقة توزيع الدخل القومى

٨.. مرونة الطلب :

* مقياس لدرجة استجابة الكمية المطلوبة من سلعة ما للتغير فى احد المتغيرات المستقلة (سعر السلعة نفسها / دخول المستهلكين / أسعار السلع البديلة والمكملة)

٧.. تعريف العرض :

* هو تلك الكميات التى يرغب المنتجون فى عرضها للبيع من هذه السلعة عند كل سعر معين فى فترة زمنية محددة .

٨.. طرق التعبير عن العرض :

١. جدول العرض ٢. منحنى العرض ٣. دالة العرض

٩.. العوامل التى تؤثر على العرض :

١. سعر السلعة نفسها
٢. عوائد خدمات عوامل الانتاج
٣. المستوى الفني والتكنولوجى
٤. التوقعات المستقبلية

١٠.. مرونة العرض :

* مقياس لدرجة استجابة الكمية المعروضة للبيع من سلعة ما للتغير فى ثمن هذه السلعة ..

= التغير النسبى فى الكمية المعروضة / التغير النسبى فى الثمن

١١- العوامل التى تؤثر على زيادة الطلب السياحى هى ما يلى :

- التزايد العالمى المستمر فى زيادة السكان
- الارتفاع المستمر فى الدخل
- التحسن المستمر فى مستويات المعيشة
- التطور المستمر فى وسائل الاتصال والمواصلات

١٢- أنواع الطلب السياحى :

* الطلب السياحى العام :

أى الطلب العام على اجمالى الخدمات السياحية ، ويرتبط بالعملية السياحية بوجه عام .

* الطلب السياحى الخاص :

ويرتبط ببرنامج سياحى معين ، وتحقيق رغبات السائح وفقا لاحتياجاته

* الطلب السياحى المشتق :

أى الطلب السياحى للخدمات السياحية المكملة - مثل الطلب على الفنادق ، شركات الطيران / شركات النقل / المأكولات والأطعمة السياحية ... الخ .

* الطلب السياحى الفعال الحالى :

طلب صريح من جانب السياح لتوافر عوامله ، ويمثل اجمالى التعاقدات التى تمت عل البرامج السياحية من جانب السياح خلال فترة معينة من الزمن .

- **الطلب السياحي الكامن :**

وهو طلب ينقصه أحد العناصر الأساسية - مثل :

- القدرة على دفع تكاليف البرنامج السياحى
- الرغبة فى التعاقد على البرنامج السياحى
- عدم توافر الظروف المناسبة والمحفزة على هذا التعاقد

ان معرفة شركة السياحة بالعنصر الناقص يجعلها تستطيع تحويل الطلب الكامن الى طلب صريح فعال على برامجها السياحية

١٣. **أسس تحديد التسعير :**

يتم التسعير من خلال عنصرين هما :

- تغطية اجمالى التكاليف
- طرق الدفع (نقدا / الأقساط)

١٤. **طرق التسعير مع الوسطاء :**

- التسعير الموحد الجامد والمحدد : الذى لايسمح بتعديله
- التسعير المرن : الذى يسمح باعطاء أسعار مختلفة وفقا لأهمية كل وسيط وظروفه السوقية (التسعير المرن المتمايز)
- التسعير المتداخل : الذى يجمع بين الطريقتين السابقتين

... الفصل الثالث ...

الدخل القومي والتنمية الاقتصادية

ترجع أهمية قطاع السياحة بالنسبة للدخل القومى الى الدور الذى يلعبه فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال ما يوفره من العملات الأجنبية وخلق فرص عمل جديدة باعتباره نشاط استثمارى يمكن أن يستقطب رؤوس الأموال المصرفية ومدخرات العاملين فى الخارج ، فضلا عن رؤوس الأموال الأجنبية فى مختلف المشروعات السياحية والمكملة للسياحة مثل شركات الاستثمار السياحى والعقارى التى تعمل فى مجال تأجير الأماكن العامة والسياحية والنوادى الرياضية واقامة القرى السياحية والمجتمعات الجديدة على الشواطىء البحرية .

ويؤدى نشاط الحركة السياحية الى زيادة الانفاق على الخدمة الفندقية فى المبيت والطعام والشراب وسائر الخدمات الترفيهية الأخرى ، ويتفرع منها التكاليف التى يتحملها القائمون على صناعة الفنادق فى تجديد أثاثها وسائر المخصصات اللازمة لتشغيلها ، فضلا عن أعمال التصميم والصيانة والتجديدات ، وهذا يعنى انتقال جزء من دخل المشتغلين بالصناعة الفندقية الى عملائهم الذين يمدونهم بهذه الخدمات .

وكذلك يؤدى نشاط الحركة السياحية الى زيادة الانفاق على شراء الهدايا والتحف وغيرها من السلع الاستهلاكية ، فضلا عن زيادة دخل المرشدين السياحيين وغيرهم ممن تتصل مهنتهم بالسياحة ، فيترتب على ذلك ارتفاع معدل الانفاق على السلع الاستهلاكية ، مما يساعد بدوره على تنشيط الصناعات المتصلة بالسياحة بشكل مباشر .

بالاضافة الى ما سبق تستفيد الخزانة العامة للدولة السياحية من رسوم التأشيرات ورسوم تجديدها ، ومن الضرائب على انتاج المشروبات الروحية ، وكذلك الأرباح التجارية والصناعية التى يحققها الممولون المشتغلون بالمهن والأعمال المتصلة بالسياحة ، ومن رسوم تراخيص مزاولة تلك المهن والأعمال ، بخلاف ضريبة المبيعات .

وقبل تناول دراسة دور السياحة فى تحقيق التنمية الاقتصادية ، نقوم بدراسة ما يعرف بالتحليل الكلى أو الاقتصاد الكلى ، وهو يهتم بدراسة الاقتصاد من زاوية الأحجام الكلية للنشاط الاقتصادى – مثل دراسة الدخل القومى ، ثم ننتقل لدراسة التنمية الاقتصادية مع الاشارة الى اقتصاديات النقود والبنوك والتجارة الخارجية .

١-١ : تعريف الدخل القومى

يعرف الدخل القومى لمجتمع معين بأنه : " المجموع الكلى لدخول الأفراد فى مجتمع معين خلال فترة معينة (عادة سنة) وهى الدخول التى يكتسبها الأفراد نتيجة لاسهامهم فى انتاج السلع والخدمات ، اذ يحصل الأفراد على دخولهم مقابل تقديم خدمات عناصر الانتاج التى يملكونها .

وتتمثل الدخول فى العوائد الآتية :

١. الأجور التى يحصل عليها العاملون مقابل مساهمتهم فى العملية الانتاجية ، وهى تكون فى مجموعها الدخول المكتسبة من عنصر العمل .
٢. الريع والايجارات التى يحصل عليها أصحاب الأراضى والعقارات وتمثل الدخول المكتسبة من عنصر الأرض .
٣. الفوائد التى يحصل عليها أصحاب عنصر رأس المال مقابل اسهامه فى العملية الانتاجية .
٤. الربح الذى يحصل عليه منظموا المشروعات سواء كانت فردية أو اتخذت شكل شركة ، وذلك مقابل تقديم عنصر التنظيم .

أى أن : الدخل القومى = مجموع عوائد عناصر الانتاج
= أجور + ريع + فائدة + ربح

أهمية الدخل القومي :

ترجع أهمية دراسة الدخل القومي الى ما يأتي :

١. هناك ارتباط كبير بين مستوى معيشة المجتمع وحجم الدخل القومي فزيادته وارتفاع نصيب الفرد من أحد العوامل التى تؤدى الى رفع مستوى معيشة المجتمع ، ولذلك فإن الدول تسعى الى وضع برامج طموحة فى النهوض بالقطاعات الاقتصادية بهدف زيادة الانتاج القومي ، وتحقيق مستوى ملائم من المعيشة لمواطنيها .

٢. من خلال دراسة التغيرات التى تطرأ على الدخل القومي لمجتمع ما يمكن الحكم على مدى نجاح أو فشل السياسات المالية والنقدية التى تضعها الدولة لتحقيق الاستقرار الاقتصادى ، فزيادة الدخل القومي دليل على نجاح السياسات المالية والنقدية المتبعة وتناقصه دليل على فشل هذه السياسات .

٣. دراسة أرقام الدخل القومي فى سنة ومقارنتها بالسنوات الأخرى توضح مدى نجاح الدولة فى تحقيق التنمية الاقتصادية ، فزيادة الدخل القومي من سنة لأخرى تعتبر أحد الدلائل الهامة على النمو الاقتصادى للمجتمع بشرط مراعاة التغيرات التى تطرأ على السكان من ناحية والتغيرات السعرية من ناحية أخرى .

٤. بيانات الدخل القومي تساعد المخططين الاقتصاديين على وضع خطط التنمية الاقتصادية بصورة واقعية لأن سياسات الاستثمار / التصدير / الاستيراد / التوظف ، ترتبط بالدخل القومي ارتباطا مباشرا .

٥. من خلال معرفة الدخل القومي وتحديد نصيب الفرد فى المتوسط من الدخل يمكن الحكم على المركز الاقتصادى للدولة ، هل هى تنتمى الى الدول المتقدمة أم إلى الدول المتخلفة ؟ . . . لأن الدخل القومي ونصيب الفرد من الدخل يعتبر أحد المقاييس الهامة المستخدمة فى تصنيف الدول من حيث درجة التقدم أو التخلف ، فالدول المتقدمة هى الدول التى تتمتع بمستوى مرتفع من الدخل سواء على المستوى القومي أو على مستوى الفرد ، والدول المتخلفة تعانى من انخفاض الدخل سواء على المستوى القومي أو على المستوى الفردى .

بعد هذا العرض لمفهوم وأهمية الدخل القومى نجد أن مجموع قيم السلع والخدمات تتساوى مع عوائد عناصر الانتاج ، وعلى ذلك يمكن النظر الى الدخل القومى من ثلاث زوايا هى : ا - أنه مجموع الدخول التى يحصل عليها القطاع العائلى

الدخل القومى = الريع + الأجر + الفائدة + الربح

ب - أنه مجموع ما أنفق على شراء السلع والخدمات

جـ- أنه مجموع قيم السلع والخدمة النهائية

٢.. : **علاقة الدخل القومى بالناتج القومى والانفاق القومى**

يمكن قياس الدخل القومى من خلال ثلاث زوايا :

أولا : **من حيث مصدره :**

ويكون الدخل القومى فى هذه الحالة مساويا لقيمة السلع والخدمات النهائية المنتجة خلال العام .

ثانيا : **من حيث توزيعه على العوامل التى ساهمت فى انتاجه :**

ويكون الدخل فى هذه الحالة مساويا مجموع عوائد عوامل الانتاج .

ثالثا : **من حيث كيفية التصرف فيه أى انفاقه على السلع :**

بمعنى أن : الدخل القومى = الانفاق الاستهلاكى + الانفاق الاستثمارى

وهذه الطرق الثلاث تعطى نفس النتائج ، طالما أن عمليات التقدير صحيحة ، وسنتناول هنا طريقتين من الثلاث لوجود علاقة كبيرة بينهما وبين النشاط السياحى .

علاقة الدخل القومي بالناتج القومي

سبق أن أشرنا الى أن الدخل القومي عبارة عن : مجموع السلع والخدمات التي تم انتاجها خلال فترة زمنية معينة ، جرى التعرف على اعتبارها سنة ، وحيث أن هناك اختلاف كبير بين الوحدات التي نقيس بها السلع المنتجة ، فإننا نستخدم القيم النقدية للسلع والخدمات لكي نخرج من هذه المشكلة . فاذا كان لدينا ثلاث سلع أ ، ب ، ج :

فإن الدخل القومي = (الكمية المنتجة من السلعة أ × ثمنها)

\+ (الكمية المنتجة من السلعة ب × ثمنها)

\+ (الكمية المنتجة من السلعة ج × ثمنها)

وبالتالي فإن قياس الدخل القومي بهذه الطريقة يتطلب معرفة الكميات المنتجة من السلع وأسعارها ، ولذلك يجب أن تكون السلع والخدمات التي يتكون منها الناتج القومي قابلة للتقييم النقدي والا تستبعد من حسابات الدخل القومي ، فعلى سبيل المثال هناك بعض العمليات التبادلية التي تتم في الخفاء ويصعب تقييمها وادخالها ضمن حسابات الدخل القومي مثل تجارة العملة ، تجارة المخدرات .

كما أن هناك بعض الخدمات تؤدى بعيدا عن نطاق السوق ويصعب تحديد ثمن لها مثل خدمات ربة المنزل ، أما بالنسبة للسلع والخدمات التي تستهلك بواسطة منتجيها (الاستهلاك الذاتي) ويمكن تحديد قيمة لها ، فانها تدخل ضمن حسابات الدخل القومي عن طريق التقدير بالمثل بسعر السوق ، فمثلا اذا كان شخص يقطن في مسكن يمتلكه فإن قيمة الايجار تتحدد على أساس ايجار مسكن مماثل له .

أما بالنسبة للخدمات العامة التي تقدمها الدولة كالتعليم والصحة والثقافة ...الخ ، فإنها تدخل ضمن حسابات الناتج القومي ، وتحسب على أساس قيمة مستلزمات الانتاج الداخلة في انتاجها .

معنى هذا .. أن الدخل القومي = الناتج القومي

ويعتبر الدخل أو الناتج القومي مقياس طيب للتقدم الاقتصادي لأي مجتمع ، كما أنه أيضا مقياس مناسب لحجم الرفاهية العامة ، ومن ثم فإن تقويم السلع والخدمات التي تدخل في تكوينه ، أي قياس الناتج القومي يعتبر ذو مغزى اقتصادي كبير الأهمية .

يمكن القول أن العلاقة الوثيقة بين قيمة الناتج القومي وبين الدخل القومي تنطوي على أن قيمة صافي الناتج القومي تتعادل تماما مع مجموع دخول الأفراد في المجتمع .. أي أن الناتج والدخل ما هما إلا تعبيران اقتصاديان يشيران الى نفس الشيء .

ان الدخل الذى يحصل عليه الأفراد على شكل أجور وايجارات وفوائد وأرباح خلال فترة زمنية معينة ، يمثل الدخل القومى لهذه الفترة ، وهذا الدخل قد يكون ناتجا عن مساهمته فى انتاج سلع وخدمات استهلاكية أو انتاج سلع وخدمات وسيطة استخدمت فى صنع السلع الاستهلاكية . بينما تخصص الجزء الاخر للادخار ، والذى يتحول عن طريق سوق رأس المال الى الاستثمار .

علاقة الدخل القومي بالانفاق القومي

لاشك أن حصول الأفراد على نصيبهم من الدخل القومى يكون عن طريق انفاق المجتمع على السلع والخدمات ، هذا الانفاق الذى لابد بطريقة أو بأخرى أن يعادل تماما قيمة الدخول التى يحصل عليها أصحاب عوامل الانتاج .

ويقسم الانفاق الذى يحدث فى المجتمع الى عدة أنواع - هى : الانفاق على الاستهلاك ، والاستثمار ، والانفاق الحكومى ، وصافى الصادرات .

ويقاس الدخل القومي بطريقة الانفاق كالآتي :

الدخل القومى = الانفاق على الاستهلاك + الانفاق على الاستثمار

\+ الانفاق الحكومى + (الصادرات - الواردات)

والانفاق على الاستهلاك يمثل مقدار ما يستهلكه أفراد المجتمع من سلع وخدمات خلال فترة العام التى يتم فيها حساب الدخل القومى .

والاستثمار يمثل الانفاق على سلع تستخدم فى انتاج سلع أخرى استهلاكية ، مثل الانفاق على انشاء المصانع وانتاج الآلات وبناء المبانى واستصلاح الأراضى .

والانفاق الحكومى يمثل أيضا اضافة للناتج القومى ، وهو بذلك يدخل فى حسابات الدخل القومى ، فعندما تقوم الحكومة بانشاء سور مدرسة أو رصف طريق ، فإنها تقوم بالانفاق على ما يضيف الى الناتج القومى .

وصافى الصادرات يمثل أيضا انفاق الأجانب على سلع وخدمات هى جزء من الناتج القومى ، ونقول صافى الصادرات لأن المجتمع عادة ما يستورد قدرا من السلع ويصدر قدرا آخر ، وتزداد قيمة الناتج القومى ، وبالتالى قيمة الانفاق على السلع والخدمات اذا كانت صادرات المجتمع أكثر من وارداته .

٣٠ : فكرة عن اقتصاديات النقود والبنوك والتجارة الخارجية

من أهم الآثار الايجابية للسياحة توفير العملات الأجنبية ، ومن هنا تلعب النقود دورا بارزا فى الحياة الاقتصادية . فالنقود ذات تأثير كبير فى النشاط الاقتصادى ، وتتأثر بدورها بالنشاط المصرفى ، نتيجة سيطرة البنك المركزى ، والرقابة على عرض النقود والائتمان للتأثير على النشاط الاقتصادى .

كما تلعب السياحة دورا كبيرا فى التجارة الخارجية ، ونتناول الموضوعات سالفة الذكر فيما يلى :

أولا : النقـــــــــود

أهمية النقود :

تؤثر النقود على النشاط الاقتصادى بمفهومه الواسع ، بما يمثله من مستوى للانتاج والتوظف والأسعار ، وبما يربط بين الاقتصاد الوطنى وبقية دول العالم من علاقات اقتصادية دولية .

الدخل يعبر عنه بالنقود ، والثروة يحتفظ بها - فى أهم صورها - النقود ، كما أن الدخل القومى يحدد ، وتوجهاته كلها دراسة لعوامل نقدية تؤثر فيه وتتأثر به ، ودراسة مستوى التوظف وأسباب تقلباته هى أيضا دراسة لعوامل نقدية .

ولا يوجد فرع من فروع الاقتصاد إلا وله جوانبه النقدية ، التى تؤثر فيه تأثيرا حقيقيا لا تأثيرا ظاهرا . ويظهر دور النقود فى العلاقات الاقتصادية الدولية ، فيقص لنا التاريخ الاقتصادى الدور الكبير الذى لعبته دوليا قاعدة الذهب طوال القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين ، فكانت السند القوى فى تأمين وازدهار التجارة الدولية وتدفق رؤوس الأموال ، ونمو الاقتصاديات الرأسمالية المتقدمة من ناحية ، واستنزاف ثروات وموارد الاقتصاديات المتخلفة من ناحية أخرى .

... المقايضـــــة ...

فى ظل المجتمعات البدائية القديمة كان الانسان يحقق نوعا من الاكتفاء الذاتى ، حيث كان يعتمد على نفسه فى توفير احتياجاته الأساسية من خلال احترافه مهنة الصيد ، ثم بعد ذلك عرف الانسان الزراعة ، وعاش فى وسط قبائل يتم العمل بها بصورة مشتركة ، وأصبحت القبائل تحقق فائض عن احتياجاتها ، وأصبح هناك ضرورة لتصريف هذا الفائض والحصول بدلا منه على أنواع أخرى من السلع لاتنتجها القبيلة .

ومن هنا عرف الانسان القديم " التبادل " أى عمليات البيع والشراء ، وكان التبادل يتم بصورة عينية من خلال مكان محدد يطلق عليه " السوق " وهذا ما أطلق عليه نظام المقايضة .

ويقصد بالمقايضة : " مبادلة السلع والخدمات ببعضها دون استخدام النقود ، وقد أدى نظام المقايضة وظيفته – فى المجتمعات البدائية – تمشيا مع ظروف معينة ، واتساقا مع تلك الحقبة من حياة البشرية التى كانت فيها الحاجات تتسم بالمحدودية بالاضافة الى أن وسائل اشباع تلك الحاجات كانت تتم بصورة مبسطة ومحدودة أيضا ، ولم يكن نظام السوق معروفا ، ولكن اعتمد التبادل على اللقاء المباشر بين البائعين والمشترين .

بمعنى آخر ، كان نظام المقايضة كافيا – فى حد ذاته فى تلك الحقبة لمقابلة الحاجة الى التبادل ، حيث لم يكن التخصص وتقسيم العمل قد وصلا بعد الى درجة كبيرة من التعقيد ، وكان الانتاج يتم بصفة أساسية بغرض اشباع الحاجات مباشرة .

غير أن المقايضة لم تكن الصورة المثلى للتبادل ، حيث اكتنفها صعوبات عديدة ، والتى ازدادت وتفاقمت بالذات مع ازدياد التخصص وتقسيم العمل ، والذى صاحب التطور الاقتصادى المستمر ، فزادت الحاجة الى التوسع فى التبادل . والذى عجزت المقايضة عن مجابهته ، وظهرت الحاجة الى أداة لتسهيل التبادل . ومن هنا ظهرت النقود للتغلب على هذه الصعوبات .

ويقتضى الالمام بأهمية اختراع النقود ، أن نحيط بصعوبات المقايضة وعيوبها ، والتى تجعل منها نظاما جامدا غير صالح للوفاء بمتطلبات النظم الاقتصادية المتطورة .

<u>وتتمثل أهم تلك الصعوبات فيما يلى :</u>

- ضرورة تحقيق التوافق المزدوج فى رغبات كل من الشخصين اللذين يريدان تبادل منتجاتهما ، غير أنه من الصعب تحقق مثل هذا التوافق – بمعنى صعوبة اهتداء من يريد مبادلة سلعة بأخرى الى من يريد مبادلة السلعة الأخرى بالأولى . وأن تتحد ارادتهما ، بالاضافة الى ذلك فيما يختص بالقدر والنوع والجودة والقيمة وشروط التسليم من حيث الزمان والمكان .

- عدم قابلية بعض السلع للتجزئة .. ذلك أن السلع تختلف فيما بينها من حيث حجمها وقابليتها للتجزئة ، فعلى حين تتصف بعض السلع بصغر حجم وحداتها ، أو على الأقل قابليتها للتجزئة الى كميات صغيرة دون اهدار قيمتها أو اهلاكها (مثل : القمح ، والفول ، والعدس ، والفاكهة ، والبيض) تتسم سلع أخرى بكبر حجمها وعدم قابليتها للتجزئة (مثل : البيوت والدواب) .. وهذا من شأنه أن يزيد من صعوبة مبادلتها مع بعضها البعض .

- صعوبة التوصل الى نسب مبادلة السلع بعضها ببعض ، لتعذر وجود وحدة مشتركة للحساب أو مقياس مشترك للقيم ، حيث يتطلب الأمر فى هذه الحالة تقدير عدد كبير من نسب المبادلة يتحدد بعدد السلع المتداولة فى السوق .

- صعوبة اختزان القيم وصعوبة تأجيل المدفوعات ، ففى ظل هذا النظام لايمكن اختزان القوة الشرائية إلا عن طريق احتفاظ الأفراد بثرواتهم فى شكل سلع يتم تخزينها بغرض استخدامها فى المستقبل فى الحصول على ما يحتاجونه من سلع وخدمات .

مما سبق يتضح أن نظام المقايضة رغم أنه وسيلة تم استخدامها فى عملية التبادل ، الا أنها وسيلة غير ناجحة لوجود عدد كبير من الصعوبات فى استخدامها ، ولاتصلح فى ظل التطورات الاقتصادية التى حدثت ، والتى أدت الى تزايد وتشابك العمليات التبادلية .

... التبـــادل النقـــدى ...

ولتلافى هذه المشاكل كان ظهور ما يستخدم (كوسيط للتبادل) .. بمعنى الشىء الذى لايرغب البائع فيه فى حد ذاته ، ولكن يقبله لأنه يمكن أن يبادله للحصول على الأشياء الأخرى التى يرغبها ، فتوظيف (وسيط للتبادل) يسهل بدرجة كبيرة عملية التبادل ، هذا الوسيط هو ما يطلق عليه (النقود) .. فالنقود هى السلعة التى تعمل على تسهيل تبادل السلع والخدمات ، وقد جاءت نشأة النقود نتيجة لمصاعب المقايضة ، ومحاولة التغلب عليها ، فدائما يصدق القول بأن الحاجة أم الاختراع .

ولقد استخدمت فى البداية سلعا ممثلة للثروة ، تقوم بوظيفة مقياس القيم ، تسهيلا لتحديد نسب التبادل بين مختلف السلع والخدمات ، وتأثر اختيار هذه السلع بنوع النشاط الرئيسى للمجتمع ، ومرحلة التقدم الاقتصادى ، فاختيرت فى البداية بعض السلع كالجلود وغيرها ، واختيرت فى النهاية المعادن الثمينة كالذهب والفضة (ومن قبلها النحاس والبرونز)

ويعتبر اختيار المعادن الثمينة كوحدات نقدية اختيارا موفقا ، لما تمتاز به هذه الوحدات عن السلع السابق استخدامها ، بأنها لا تهلك مع طول بقائها ، ولا تحتاج الى تخزين ، كما أن وحداتها متجانسة وقابلة للتجزئة ، يضاف الى ذلك ندرة تواجد الذهب ، بما يؤدى الى احتفاظه بقيمته دون تدهور .

وقد استخدم الذهب في البداية على هيئة سبائك ذهبية ، ثم استخدمت المسكوكات الذهبية ، أي قطع النقد الذهبي ذات الوزن المحدد والمعيار المعلوم ، الذي يدل على درجة نقاوتها . واستدعت ضرورات الصالح الاقتصادي العام احتكار الحكومات لعملية سك العملات الذهبية .

وبزيادة التعامل وبزيادة الطلب على النقود ، لم تستطع السلطات النقدية توفير كميات الذهب الكافية لسك النقود الذهبية ، التي يمكن أن تواجه مقدار الحاجة اليها ، فظهرت النقود الورقية التي تطور استخدامها الى أن احتلت مكانة النقود الذهبية ، كما ظهرت النقود المصرفية (الودائع) وانتشر استخدامها ، وأصبحنا نجد حاليا كلا من النقود الورقية والمصرفية ، واختفى تماما استخدام المسكوكات الذهبية .

تعريف النقود :

تعرف النقود بأنها : " أي شيء يستخدم من قبل الأفراد ويلقى قبولا عاما كوسيط للتبادل ويصلح في نفس الوقت لقياس القيم وحفظ الثروة " .

ويلاحظ أن الأساس في تعريف النقود هو القبول العام في الوفاء بالالتزامات ، فكل شيء يتمتع بهذا القبول - أيا كان نوعه وأيا كانت مواصفاته - يعد نقودا ، ويؤدي وظيفة النقود .

ولكي يمكن أن يطلق على الشيء مسمى " النقود " ، ويستطيع أن يقوم بمختلف الوظائف التي سنذكرها في البند التالي ، لابد أن يتصف ببعض الخصائص التي تتلخص فيما يلي :

١. الندرة النسبية : فالمفروض أن يكون عرض النقود غير وفير والا تناقصت قيمتها ، وتصاعدت أسعار السلع والخدمات (مقاسة بوحداتها) ، واستلزم الأمر كميات كبيرة منه للتبادل مع أي شيء آخر ، مما يؤدي الى الحاجة الى حمل كميات كبيرة غير مناسبة لاجراء أي صفقة ، بما يجعله يفقد صفة سهولة الحمل .

كما أنه من المفروض ألا يكون عرض النقود نادرا جدا ، بحيث يصبح عظيم القيمة بالنسبة للسلع والخدمات لدرجة أن تكون كميات صغيرة جدا غير مناسبة من النقود مطلوبة لشراء الأشياء الرخيصة ، وقد يتسبب هذا في ظهور وسيط آخر للتبادل لكي يحل محله

فالمطلوب أن يكون عرض النقود مناسبا طبقا لاحتياجات حجم التجارة الراهنة ، فيتصف بالندرة نسبة الى هذا الحجم دون افراط أو تقييد زائد ، وان كان التناسب بين حجم المعروض من النقود وحجم التجارة أمر مطلوب ، فإن الأمر يستلزم كذلك أن يتصف عرض النقود بالاستقرار ، بما يعنى الا يكون متقلبا فتتقلب الأسعار صعودا وهبوطا .

٢. القابلية للانقسام : بمعنى أن تكون النقود من وحدات قابلة للتجزئة الى وحدات أصغر وأصغر ، وذلك حتى تكون مناسبة للصفقات الصغيرة القيمة . فالمفروض أن تكون النقود من وحدات مختلفة لكى تناسب مختلف حجوم الصفقات ، الكبير منها والصغير .

وهنا نجد أن استخدام الماشية كنقود كان غير مناسباً من حيث صفة القابلية للانقسام ، فالماشية سلعة كبيرة غير قابلة للتجزئة ، وبالتالى لاتصلح فى عقد الصفقات منخفضة القيمة .

٣. سهولة الحمل : بمعنى سهولة نقل وحمل النقود من مكان الى آخر ، فطالما أن التجارة لاتتم فى مكان وحيد معين ، فإن هناك حاجة الى نقل النقود ، وكلما تم النقل فى سهولة ويسر دون تكلفة ، كلما كانت السلعة النقدية أكثر كفاءة .

٤. التجانس: يتعين أن تكون جميع وحدات النقود ذات نفس القيمة متماثلة فى الوزن ومتماثلة فى المادة المستخدمة فى صنعها ، فاذا سكت قطع العملة بنفس الوزن وبذات القيمة من معدنى الذهب والرصاص ، قام المتعاملون فى السوق بتخزين قطع الذهب وحجبها عن التداول ، وعملوا على الاتفاق بالقطع المصنوعة من الرصاص

٥. طول العمر : يجب أن تتصف النقود بطول البقاء ، أى القابلية للبقاء أو التخزين لمدة ليست قصيرة دون أن تتعرض للتلف أو الكسر .

٦. امكانية تمييزها : بمعنى أنه يمكن للجميع معرفة وحدات النقود ، وتمييز جزئياتها ، وهذا أمر ضرورى ، طالما أن النقود تتمتع بقبول عام فى تسوية المعاملات ، فعدم المعرفة هنا يستتبعه عدم امكانية استخدام الشىء كنقود ، وهنا نجد أنه يصعب استخدام الأحجار الكريمة كنقود ، لأن عملية فحصها والتأكد من كونها حقيقية يستغرق وقتا وخبرة ، مما يعقد من عمليات البيع والشراء ، ولكن الأمر يختلف عن ذلك فيما يتعلق بوحدات أوراق النقود ، حيث يمكن تمييزها بسهولة ، مما أدى الى قيامها بهذه الوظيفة بكفاءة .

وظائف النقود :

يمكن القول بأن النقود قد تم اختراعها للتخلص من الصعوبات والمعوقات التى تكتنف نظام المقايضة ، لذا كان من الطبيعى أن نجد تقابلا بين وظائف النقود وصعوبة المقايضة ، والوظيفة الأساسية للنقود هى تسهيل المعاملات الاقتصادية والتجارية ، وتنطوى هذه المهمة على العديد من صور تيسير المعاملات ، بحيث تتعدد الوظائف التى تقدمها النقود ، ويمكن حصرها فيما يلى :

أ. النقود مقياس للقيمة : باستخدام النقود يتم تقييم وتسعير السلع والخدمات ، ويتم تسجيل البيانات المالية والمحاسبية فى السجلات ، فيستخدم الجنيه المصرى فى مصر كوحدة للحساب ، يعبر عن أثمان مختلف السلع والخدمات ، وتستخدم وحداته فى تسجيل البيانات المالية والمحاسبية ، فتعد النقود الأساس العام الذى يعبر عن الأسعار ، على حين نجد أنه فى نظام المقايضة يتم التعبير عن قيمة أى سلعة معينة بقيمة كافة السلع الأخرى .

ب . النقود كوسيط للتبادل : النقود هى سلعة تستعمل كوسيط للتبادل ، تنسب اليها أسعار مختلف السلع ، فيمكن بسهولة التعرف على أسعار كافة السلع بالنسبة لبعضها البعض ، فالقبول العام من الكافة للنقود كوسيط للتبادل ، يجعلها تستخدم فى الحصول على مختلف السلع والخدمات .

واستخدام النقود كوسيط للتبادل أو كقوة شرائية عامة يؤدى الى اختفاء صعوبات المقايضة ، والتى كانت تتمثل فى ضرورة تحقيق التوافق المزدوج بين رغبات المتعاملين ، وتعذر تجزئة بعض السلع ، فالنقود كوسيط مقبول من الكافة ، يدفع للبائع مقابل بيع سلعته ، ويستخدمه هذا البائع فى شراء مختلف السلع والخدمات التى يحتاج اليها ، فالقبول العام للنقود كقوة شرائية عامة يسهل وييسر من عمليات البيع والشراء ، ويقضى على ما كانت تقابله المقايضة من صعوبات .

جـ . النقود مستودع للقيمة أو أداة لحفظ الثروة : ويعنى ذلك أن تحتوى النقود على قوة شرائية يمكن تحويلها أو استخدامها فى المستقبل لشراء السلع والخدمات ، فتقوم هنا النقود بوظيفة الاحتفاظ بالثروة ، بما تتمتع به من قوة شرائية ، يمكن نقلها من الوقت الراهن الى أى وقت فى المستقبل .

فبدلا من استخدامها الحالى فى شراء سلع وخدمات معينة ، يتم الاحتفاظ بها لحين الحاجة الى استخدامها فى المستقبل فى عمليات الحصول على السلع والخدمات ، فتقدم هنا النقود خدمة جليلة بالاحتفاظ بها للمستقبل ، وذلك بدلا من الاحتفاظ بالثروات فى شكل سلع قد تتعرض للتلف أو الهلاك بمرور الوقت ، وقد تستدعى الانفاق على تخزينها والتأمين عليها ورعايتها ، وقد لايمكن فوق ذلك بيعها فى الوقت المناسب ، وبالثمن المناسب مستقبلا ، أما النقود فهى أصل كامل السيولة ، ويمكن الاحتفاظ به ، والتمتع بقوته الشرائية مستقبلا ، دون التعرض لمتاعب تخزين أى سلع أخرى .

د . النقود معيار للمدفوعات الآجلة : تستخدم النقود كذلك كوحدات قياس للمدفوعات الآجلة ، فهى لاتستخدم فقط كوحدات للمدفوعات الخاصة كما أشرنا فى الوظيفة الأولى ، ولكنها تستخدم أيضا فى التعبير عن كميات المدفوعات الآجلة ، فتتطلب كثير من المعاملات والعقود المكتوبة دفع مبالغ معينة فى المستقبل ، وهنا يتم التعبير عن هذه المبالغ بوحدات نقدية ، وأمثلة ذلك : عقود القروض ، فيما يتعلق برد أصل القرض وفوائده وكذلك عقود البيع بالأجل أو التقسيط ، ومدفوعات الأجور ، وايجار العقارات والممتلكات ... الخ .

وتمثل وظيفة مقياس المدفوعات الآجلة دورا هاما للنقود فى المجتمعات الحديثة ، فقد أدى هذا الدور الى تنمية مؤسسات تمويلية عديدة تهتم بالادخار وتقديم الائتمان .

هـ . النقود أصل سائل : لأنها تتحول بسهولة الى أصل ثابت عند شراء الأراضى والمبانى ، كما تتحول بسهولة الى أصل متداول عند شراء البضاعة أو الأوراق المالية ، وملكية الشخص أو الشركة للنقود تجعله سريع التصرف فى سداد ديونه أو شراء البضاعة لإعادة بيعها وتحقيق ربح .

أنواع النقود :

يمكن التعرف الآن على أنواع النقود بالاستعانة بعدة أسس يتم التمييز بناء عليها بين أنواع مختلفة من النقود .

وتتلخص هذه الأسس فى :

١. طبيعة المادة التي تصنع منها النقود : فقد تكون احدى السلع الاستهلاكية أو الانتاجية أو احد المعادن العادية أو النفيسة أو قد تكون مصنوعة من الورق .

٢. نوع الجهة التي تصدر النقود : فقد تكون الحكومة (ممثلة في الخزانة) أو البنك المركزي أو البنوك التجارية أو جهات أخرى .

٣. العلاقة بين القيمة الذاتية للنقود كسلعة والقيمة الالزامية أو القانونية للنقود .

بالاستعانة بكل من هذه الأسس يمكن التمييز بين مختلف أنواع النقود التي استخدمت خلال مراحل تطور البشرية ، بدءا من المراحل الأولى للانتقال من نظام المقايضة الى ما نمر به حاليا من مرحلة متطورة في استخدام النقود .. ومن هذه الأنواع ما يلي :

أ – النقود السلعية :

لقد نشأت النقود نتيجة لما اعترى المقايضة من مصاعب ، فظهرت النقود في صورتها الأولى في شكل سلع معينة ، تمتعت في حينها بقبول عام كوسيط للتبادل . تمثلت هذه السلع في البداية في سلع استهلاكية مثل القمح أو الأرز أو الأغنام أو غيرها ، أو سلع انتاجية مثل بعض الأدوات الزراعية أو السكاكين ، وهنا نجد أن السلعة النقدية تتمتع بقيمة ذاتية ، تتمثل فيما تقدمه من نفع كسلعة استهلاكية أو انتاجية ، بما يجعلها تكتسب نفس هذه القيمة كنقود تلعب دور الوسيط في التبادل .

ورغم ما يحتري هذه النقود السلعية من نقائص ، الا أنها بتغلبها على ما كان يقترن بنظام المقايضة من صعوبات وعيوب أكثر حدة ، كانت تمثل بدون شك تطورا كبيرا في تيسير عمليات التبادل ، فهذه الصورة الأولى للنقود السلعية كانت لاتتمتع بالعديد من الخصائص السابق ذكرها ، التي يتعين أن تتمتع بها النقود لكي تقوم بأداء وظائفها النقدية بكفاءة ، فمن الواضح أنها تفتقد سهولة الحمل والنقل من مكان الى آخر ، ولاتتمتع بطول العمر .

ب – النقود المعدنية :

وباجتياز هذه المراحل الأولى لاستخدام النقود في الصور السلعية البدائية ، تم ادخال المعادن كالحديد والنحاس كسلع تقوم بدور النقود ، ثم استخدمت المعادن النفيسة (الفضة والذهب) وتطور استخدام النقود مع تطور الحياة الاقتصادية الى ما نشهده اليوم من أنواع مختلفة من النقود .

وتتمتع المعادن بسهولة الحمل والنقل والقابلية للتجزئة والبقاء دون تلف لفترة طويلة ، كما أن لها قيمة ذاتية كمعدن ، وقيمة قانونية كنقود ، تحددها السلطة النقدية المسئولة فى الدولة ، وقد تكون النقود المعدنية المسكوكة غير كاملة ، أى : (نقود معدنية مساعدة) ، وهى التى تكون قيمتها كمعدن (أى قيمة المعدن الذى تحتويه) أقل من قيمتها الاسمية أو القانونية كنقود

ومثال هذا النوع من النقود ما يتم تداوله فى الوقت الحاضر من كافة أنواع النقود المعدنية المصنوعة من النيكل والبرونز ، بهدف تسهيل المعاملات ذات القيمة المنخفضة ، وتحتكر الخزانة حق سك هذا النوع من العملات ، وتحقق من جراء ذلك ربح وفير ، يتمثل فى الفرق بين قيمة المعدن الذى تحتويه هذه المسكوكات وقيمتها القانونية .

ومن أهم صفات النقود المعدنية :

- قابليتها للتجزئة الى وحدات صغيرة ، ومن ثم صلاحيتها لاجراء كافة المعاملات سواء كانت منخفضة القيمة أو مرتفعة القيمة .
- الصلابة وعدم القابلية للاستهلاك أو التلف أو التآكل مع مرور الزمن ونتيجة لكثرة الاستعمال مما يجعلها أكثر ملاءمة للقيام بوظيفتها كمستودع للقيمة .
- القبول العام من جميع المتعاملين نظرا لما تتمتع به من مكانة سامية فى نفوسهم حيث يشيع استخدامها فى صناعة الحلى وأدوات الزينة بحيث ترمز - والحال كذلك - للثراء .
- ندرتها النسبية ، ومن ثم ارتفاع قيمتها ، بحيث تتبادل وحدة صغيرة منها بكمية كبيرة من السلع الأخرى ، كما يلاحظ أن قلة وزنها بالنسبة لقيمتها يسهل حملها وتخزينها .
- الثبات النسبى لقيمتها بالمقارنة بمعظم السلع الأخرى ، والذى يرجع الى طبيعة عرضها المحدود والذى يتزايد بمعدلات ضئيلة على مر الزمن (وهذا يضمن عدم حدوث تقلبات كبيرة فى قيمتها نتيجة لزيادة المعروض منها) .
- تجانس وحداتها مما يمكن من قياس درجة نقائها (أى عيارها) .

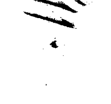
ج - النقود الورقية :

وهى عبارة عن صكوك لحاملها تمثل دينا فى ذمة السلطات النقدية التى أصدرتها ، وتنقسم النقود الورقية الى قسمين هما :

أولا : أوراق البنكنوت :

" وهى عبارة عن تعهد مصرفى بدفع مبلغ معين من وحدات النقد القانونية لحامل الورقة عند الطلب " .

وينبئنا التاريخ النقدى أن ظهور هذه الأوراق بدأ على أيدى – الصاغة – فنتيجة للمخاطر التى تعرض لها الأفراد من جراء حملهم للمسكوكات المعدنية والانتقال بها من مكان الى مكان والتى تمثلت فى السرقة أوالضياع ، بدأ التفكير من جانبهم فى ايداع ما لديهم من ذهب وفضة فى مكان آمن ، ووقع اختيارهم على الصياغة والذين كانوا يحتفظون دائما بما لديهم من معادن نفيسة فى خزائن حديدية تتصف بالمتانة والأمان .



فكانوا يعهدون اليهم بما لديهم من معادن نفيسة ليحفظوها فى خزائنهم لحين الحاجة اليها فى تسوية التزاماتهم وذلك نظير عائد أو عمولة معينة ، وفى المقابل كان المودع يحصل على صك (أو ايصال) من الصائغ يثبت حقه فيما أودعه من المعدن النفيس لديه – ويتعهد فيه هذا الأخير بتسليمه وديعته أو جزء منها عند الطلب .

وفى مرحلة تالية ، بدأ ظهور الصيارفة ثم البنوك ليشاركوا فى القيام بهذا الدور الذى يقوم به الصاغة ، ثم أخذ الأفراد بعد ذلك يكتفون بحمل هذه الصكوك أو الايصالات معهم فى تنقلاتهم ، وأخذوا يتداولونها فيما بينهم ويستخدمونها فى تسوية التزاماتهم بطريقة مباشرة دون حاجة للرجوع الى الوديعة الأصلية من النقود المعدنية وذلك بتظهير الصك الدال على مبلغ الوديعة متنازلين بذلك عن قيمته لشخص آخر .

وهنا بدأ يظهر أول شكل من أشكال البنكنوت ، ثم أخذت هذه الصكوك فى التطور لتتلاءم مع حاجات التبادل المتزايد ، فتحولت من صكوك اسمية (أى باسم صاحبها) كما كان الحال فى البداية الى صكوك لحاملها قابلة للدفع لدى الاطلاع – حتى يسهل تداولها وانتقالها – وذات فئات مختلفة تتناسب مع العمليات التجارية المتنوعة ، وقد أقبل الأفراد على تداولها فيما بينهم كأداة لتسوية المدفوعات ، وقد أطلق على هذه الأوراق (النقود الورقية النائبة) .

ومع مرور الوقت اكتشفت البنوك – نتيجة لخبرتها وممارستها الفعلية – أن كمية الذهب والفضة المودعة لديها تزيد دائما عن تلك الكميات التى تسحب منها ، أى أن معظم ودائع الأفراد من هذه المعادن النفيسة تظل عاطلة ومكدسة فى خزائنها معظم الوقت ، نظرا لأن الطلب الكلى لتحويل النقود الورقية من جانب المتعاملين بها كان لايتجاوز نسبة محددة من الرصيد الكلى للمعدن النفيس المحتفظ به .

ومن هنا ظهرت النقود الائتمانية ، حيث أن النقود أصبحت تمثل وعدا بالدفع لدى الطلب ، وتتميز النقود الائتمانية بأن قيمتها كنقود تزيد زيادة ملموسة عن قيمة المادة التى صنعت منها ، بمعنى أن قيمتها النقدية تزيد عن قيمتها كسلعة ، وتشمل النقود المساعدة أو الحكومية ورقية ومعدنية ونقود الودائع .

ثانيا : أوراق النقد الحكومية :

وتتمثل فى نقود ذات فئات بسيطة (حيث الغالب أن يتم اصدارها فى شكل أجزاء وحدة النقد الأساسية) تقوم الخزانة العامة باصدارها لمساعدة وحدات النقد الكبيرة فى سد حاجات التعامل ، حيث تسهل المبادلات صغيرة القيمة - ومن هنا جاء تسميتها بالعملة المساعدة .

وأهم مايميز النقود المساعدة هو أنها تتمتع بقوة ابراء محدودة فى الوفاء بالالتزامات ، حيث يجوز للدائن أن يرفض قبولها فى تسوية حقوق اذا ما تجاوزت هذه الأخيرة مبلغا معينا ، وتساعد قوة الابراء المحدودة فى الحيلولة دون تمادى الحكومات فى اصدار هذا النوع من النقود كوسيلة لتمويل النفقات الحكومية فى الآجال القصيرة (أى لمواجهة القصور الموسمى أو غيرر المتوقع فى ايراداتها) .

وتعتبر النقود الورقية - التى تقوم باصدارها البنوك المركزية التابعة للدولة - من أكثر أنواع النقود انتشارا فى الوقت الحاضر ، وهى عبارة عن أوراق بنكنوت تصدرها الدولة ذات أشكال معينة ، وكل ورقة لها قيمة معينة ، وتضمن الدولة هذه الأوراق النقدية ، وتتوافر فى النقود الورقية كافة شروط النقود ، ويعاب عليها سهولة تزييفها اذا لم يكن الورق المستخدم فى طبعها ذو مواصفات معينة ، كما أنها تتلف من كثرة الاستعمال .

د - نقود الودائع (أو النقود المصرفية) :

يعد هذا النوع حديث النشأة ، وينشأ عن طريق ودائع الأفراد (والمشروعات) الجارية بالبنوك التجارية ، ومن هنا جاءت تسميتها بنقود الودائع ، وتتداول هذه النقود عن طريق الشيكات ونقل القيود فى دفاتر البنك ، وتستخدم الى جانب النقود الورقية والمعدنية فى اجراء المبادلات .

وتختلف نقود الودائع عن كل من أوراق البنكنوت والعملة المساعدة (والتى يطلق عليها النقود المركزية او القانونية) من ناحيتين :

١.. أن نقود الودائع على عكس النقود المركزية ، لاتتمتع بقوة قانونية فى المعـاملات (أى ليس لها قوة الابراء النهائية من الديـون) حيث أن كل فرد يملكها يستطيع أن يرفض الوفاء بدينه فى هذه الصورة ، وله الحق أن يطلب تحويلها الى نقود مركزية أو قانونية .



ومن هنا يلاحظ أن الودائع لاتتمتع بسعر قانونى ، بل بسعر اختيارى فقط يستند على استقرار عملية الصرف من جانب البنوك التجاريـة ، أى على مدى توافر الثقة التى يضعها العملاء فى البنوك التجارية .

٢.. أن النقود القانونية يتم اصدارها وفقا لنظام قانونى معين ، وتخضع لرقابة مباشرة من البنك المركزى والحكومة ، فى حين أن النقود الائتمانية تخضع لنظام تجـارى فـى خلقهـا ، حيث تهدف البنوك التجارية من ورائها الى تحقيـق أقصـى مـا يمكـن مـن أربـاح ، وتتم رقابـة الدولة بطريق غير مباشر عن طريق البنك المركزى .

وتعتبر النقود المصرفية من أرقى أنـواع النقـود المسـتخدمة فـى التبـادل ، خاصـة فـى المجتمعات المتقدمة ، وتتخذ شكل ودائع نقدية يضعها الأفراد فى البنوك مقـابل الحصـول علـى دفتر شيكات قابل للسحب فى أى وقت ، ويتم انتقال الشيكات من شخص الـى آخر بـالتظـهير ، ومن يريد أن يحول الشيك الى نقود يذهب الى البنك ويصـرف قيمته ، وتتمتع النقود المصرفيـة بكثير من المزايا ، منها أنها غير معرضـة للضيـاع ، لأنه فى حالة فقد شـيك يمكـن تبليـغ البنـك بعدم صرف قيمته ، وهذا غير متيسـر للأنـواع الأخـرى مـن النقـود ، كمـا أن الشـيكات تسـهل التعامل خارج الحدود ، بحيث يمكن للشخص الذى يسـافر الـى الخـارج أن يـأخذ شـيكا سياحيا بدلا من النقود ، ويصـرف قيمته فى الدولة التى يسافر اليها .

ثانيا : البنـــــــوك :

يعد ظهور النقود سببا رئيسيا لظهور البنوك ، فهي التي دعت للتفكير فيها ، وهيأت الظروف لإنشائها ، لأن تجمع النقود لدى الأفراد دفعهم للبحث عن مكان أمين يودعون فيه بدلا من تركها في بيوتهم معرضة للسرقة ، بالاضافة الى أن ارتباط الأفراد بعضهم ببعض ارتباطا تجاريا ، وانتشار التجارة بين الأمم والأفراد مع استعمال كل منهم أنواعا متباينة من النقود قد دعا الى تفكير التجار في كيفية استبدال نقود البلد الذي يبغون الاتجار معه بنقودهم ، هذا الى أنهم يرغبون في تحويل النقود الأجنبية الى نقود بلادهم عند عودتهم اليها ، وقد نتج عن ذلك أن ظهرت فئة جديدة هي فئة الصياغ الذين لجأ الناس اليهم ليودعوا لديهم ما زاد عن حاجتهم من النقود المعدنية ، فأمنوا عليها من السرقة أو الضياع .

ومن جهة أخرى ، فقد عمل هؤلاء الصياغ على تسهيل عملية استبدال النقود المختلفة للتجار ، فيخففون بذلك كثيرا من عبء المبادلات بسبب اختلاف العملة .

لكن الصياغ لم يقنعوا بحفظ أموال الناس ، بل أخذوا يقرضون ما يتجمع لديهم منها بفائدة الى الأفراد الذين يحتاجون اليها ، وكلما زاد عدد هؤلاء الراغبين في الاقتراض ، كلما لجأ الصياغ الى شتى الوسائل لاجتذاب الأفراد الذين تتوافر لديهم النقود فيأخذون في مساومتهم على سعر الفائدة ، حتى اذا تم الاتفاق وأودعت الأموال لدى الصياغ ، قاموا بتقديمها الى من يحتاجون اليها بسعر يزيد عن سعر الايداع ، ويربحون الفرق بين السعرين .

ولعل الصياغ قد أسهموا في نشأة البنوك ، وذلك بحفظهم أموال من يرغب في الحفاظ عليها وتقديم ايصال بقيمتها لأصحابها ، وقد يستخدم هؤلاء هذه الايصالات في سداد ديونهم ، ولعل عمل الصياغ في المعادن ساعد على مبادلة النقود ، وكانوا يستبدلون العملات المعدنية المتفاوتة الوزن والعيار لعملات معدنية مضمونة الوزن والعيار ، ولعل في ذلك ما يؤكد العلاقة بين نشأة النقود المعدنية ودور الصياغ في ذلك .

ومن هنا يمكن تعريف البنك بأنه : " من يتعامل في المديونيات " فيعتبر الايداع مديونية على البنك تجاه المودع . ويعتبر البنكنوت الذي يصدره البنك صكوكا بوعد لدفع مبلغ معين لحامله عند الطلب . والبنك مؤسسة مالية تتعامل في المديونيات يقوم بالعمل في السوق النقدي والسوق المالي ، حيث يتعلق السوق الأول بالتعامل في المديونيات قصيرة الأجل ، ويتعلق السوق الثاني بالتعامل في المديونيات طويلة الأجل .

ويمكن هنا أن نميز بين عدة أنواع من البنوك - وهي :

١. البنـــــــوك التجـــــــارية

يعرف البنك التجارى - أو بنك الودائع - بأنه : " المنشأة التى تتعامل مع الائتمان أو الدين ، فيحصل على ديون الغير بقبول ودائعهم ، ويعطى مقابلها وعودا بالدفع عند الطلب أو بعد أجل قصير ، ثم يستخدم هذه الودائع فى تقديم ائتمانا أو قروضا للغير " .

فالبنوك التجارية عبارة عن مؤسسات مالية تقوم بالوساطة بين المدخرين الذين لديهم وفر فى المال ، وبين المستثمرين الذين فى حاجة الى المال ، ولا تتخصص البنوك التجارية فى منح القروض لفئة معينة أو لأغراض معينة ، وانما تتعامل مع جميع العملاء وفى جميع الأنشطة الاقتصادية .

وهكذا يمكن أن نلخص وظائف هذه البنوك فيما يلى :

- قبول الودائع من الأفراد والمنشآت وقد يكون ذلك فى شكل ودائع تحت الطلب ، أى حساب جارى ، وهنا يتم السحب بمجرد الطلب بواسطة شيكات دون حاجة الى أى اخطار سابق ، ولاتدفع فوائد على هذا النوع من الايداع ، وقد يكون الايداع فى شكل وديعة لأجل ، ولايجوز السحب منها الا بعد انقضاء فترة معينة ، أو بعد اخطار مسبق بفترة قصيرة معينة ، وتدفع فوائد على هذا النوع من الودائع .
- منح القروض والحصول على ... على من التى تمنح للودائع لأجل ، حتى يحصل البنك على الفرق كعائد له ، والأصل فى القروض التى يمنحها البنك التجارى ، أن تكون لأجل قصير ، لأن مصدر ها الأساسى هو الودائع ، وليس مصادر طويلة الأجل .
- تشتق الوظيفة الثالثة من وظيفتى قبول الودائع ومنح القروض ، وهى خلق النقود المصرفية ، كوسائل دفع جديدة ، فلا يقتصر عمل البنك على تمكين المقترضين من الاستفادة من أموال المودعين ، بحيث لايترتب على ذلك زيادة وسائل الدفع عما كانت عليه قبل القيام بعمليات الايداع والاقتراض ، بل يترتب على عمليتى الايداع والاقتراض خلق وسائل دفع جديدة فى صورة نقد مصرفى ، يزيد من الحجم الكلى لوسائل الدفع التى تستخدم فى تمويل الأنشطة الاقتصادية .

- المشاركة فى بعض المشروعات الاقتصادية الهامة .
- فتح اعتمادات للمستوردين وبذلك تساهم فى دعم التجارة الخارجية ,
- استبدال العملات الأجنبية وفقا للقوانين التى تضعها الدولة وتحقق عائد يتمثل فى الفرق بين أسعار البيع والشراء .
- تأجير خزائن للأفراد لحفظ الأشياء الثمينة .
- خلق الودائع المصرفية .

٢.. البنــــوك المتخصصـــــــة

وهى تعرف بهذا الاسم لأنها تتخصص فى اقراض وتمويل أنواع معينة من الأنشطة وتتعامل مع أشخاص معينين ، ووجودها يقدم مساهمة فعالة فى تنمية ما تخدمه من أنشطة اقتصادية معينة ، حيث لاتستطيع البنوك التجارية تأدية ما تقدمه من خدمات بنفس الكفاءة .

ومن هنا نجد أن هناك العديد من الاختلافات ما بين البنوك المتخصصة والبنوك التجارية ، يمكن توضيحها فيما يلى :

١. تتبلور نقطة الاختلاف الرئيسية فى اقتصار نشاط البنوك المتخصصة على القطاع المعين للنشاط الاقتصادى الذى تنتمى اليه كل منها ، فتنحصر عمليات تمويلها على المنشآت العاملة فقط فى هذا القطاع ، أما البنوك التجارية فنجدها على العكس من ذلك ، تتمتع بصفة العمومية فيما تخدمه من قطاعات اقتصادية .

٢. تعتمد البنوك المتخصصة فيما تمنحه من قروض على مواردها الذاتية ، ومصادر التمويل طويلة الأجل ، فالموارد الذاتية للبنك من رأس مال مدفوع واحتياطيات وأرباح غير موزعة ، علاوة على القروض التى تحصل عليها من المؤسسات المالية الأخرى ، أو من الجمهور عن طريق طرح سندات ، كل هذه المصادر تمد البنوك المتخصصة بالأموال التى تمارس بها نشاط الاقراض ، وتتمتع هذه المصادر بالأمد الطويل ، فهى إما موارد ذاتية لاترد فى حياة البنك ، وإما قروض طويلة الأجل لاتمثل أى عبء على البنك من حيث السيولة خلال الأجل القصير .

فالبنوك المتخصصة لاتتلقى ودائع جارية من الجمهور ، فلا يدخل ضمن اختصاصاتها ، وهنا يختلف البنك التجاري عن البنك المتخصص في كون المصدر الرئيسي لأمواله ، يتمثل في الودائع الجارية والودائع الآجلة ، وهي مصادر قصيرة الأجل ، والجزء الهام منها تحت الطلب ، مما يجعل مسألة السيولة تمثل الشغل الشاغل الرئيسي لادارة البنك التجاري ، والعجيب هنا أن المصدر الرئيسي للودائع هو ما يمنحه البنك من ائتمان ، بعمل بالتبعية على خلق او اشتقاق تلك الودائع ، التي تعتبر في حكم الأموال التي يستخدمها البنك في مزاولة نشاطه .

٣. تتولى البنوك التجارية المتخصصة عملية منح القروض طويلة الأجل ، فيتركز معظم ما تقدمه من ائتمان على هذا النوع من القروض ، وهي بدون شك مؤهلة لهذه المهمة ، طالما أنها تعتمد في الأساس على مصادر تمويل ذاتية وأخرى طويلة الأجل ، فتقدم هذه القروض لطالبيها بأسعار فائدة تزيد عن أسعار الفائدة التي تتحملها في الحصول على الأموال ، متمتعة بالفرق بين السعرين كأرباح من جراء قيامها بنشاطها .

وبما تقدمه البنوك المتخصصة من ائتمان طويل الأجل تقوم بسد ثغرة هامة لايقدر عليها الجهاز المصرفي التجاري ، الذي لايساهم الا بقدر محدود جدا في مجال التمويل طويل الأجل ، فهذا النوع من التمويل لايدخل في الأساس ضمن مهام البنك التجاري بسبب بسيط وهو أن المصادر الرئيسية لأمواله تتصف بالأجل القصير ، وبالتالي فانه ليس من الحكمة استخدامه في التمويل طويل الأجل .

٤. يتعلق تمويل البنوك المتخصصة بالأصول الثابتة للمشروعات التي تموليها ، نظرا للطبيعة طويلة الأجل للقروض التي تمنحها ، مما يساهم في تنمية المنشآت التي تنتمي اليها هذه البنوك ، ويعمل على التوسع في أنشطتها .

وعلى العكس من ذلك تتعلق قروض البنوك التجارية بالأصول المتداولة ، أي تمويل القصور في رأس المال للمشروعات التي تحصل على الائتمان ، ويحمي هذا النوع من الائتمان العديد من المشروعات من خطر توقف النشاط او الافلاس .

ويترتب على هذا الاختلاف فيما هو محل لعملية التمويل اتصاف صفقات البنوك المتخصصة بالكبر النسبى لمبالغ الائتمان وبالقلة النسبية لعدد الصفقات ، وما يستلزمه هذا من اجراءات أطول ودراسات أعمق لكل صفقة على انفراد ، واذا أضفنا الى هذا عدم وجود أى دور رئيسى للبنوك المتخصصة فى عملية زيادة كمية النقود (أى اشتقاق نقود الودائع) ، وفى عمليات التمويل قصير الأجل وفى تقديم العديد من مختلف الخدمات المصرفية التى تدخل بالذات فى اختصاص البنوك التجارية ، فاذا أخذنا كل هذا فى الاعتبار نجد أن التركيب الادارى والأهمية النسبية للادارات المختلفة ولما يستخدم من أدوات فى التحليل يتفاوت فيما بين البنوك المتخصصة والبنوك التجارية ، ففى الوقت الذى تتصاعد فيه أهمية وأعمال ادارات مثل ادارة المشروعات (حيث تقوم بدراسات الجدوى الفنية والتسويقية و الاقتصادية لمختلف المشروعات) والادارة القانونية فى البنوك المتخصصة ، نجد أن الأهمية القصوى تكون لادارات أخرى مثل الحسابات الجارية والكمبيو ومختلف العمليات التمويلية الأخرى فى البنوك التجارية .

ومن البنوك المتخصصة :

أ - البنوك الزراعية :

وهى بنوك تتخصص فى التعامل مع المزارعين وملاك الأراضى الزراعية ، وتمنح القروض للأغراض الزراعية فقط ، فتمنح هذه البنوك قروض قصيرة الأجل لغرض شراء الآلات والمعدات الزراعية وتمنح قروض طويلة الأجل لغرض استصلاح الأراضى الزراعية .

ب - البنوك الصناعية :

وهى بنوك تتخصص فى التعامل مع صغار أصحاب الأعمال والحرف بهدف تدعيم الصناعات الصغيرة ، وتمنح هذه البنوك الائتمان بغرض شراء المواد الخام أو الآلات أو الاشتراك المباشر فى اقامة بعض المصانع أو تدعيم القائم منها ، وعادة لايمنح البنك اقتراض الا اذا تأكد من الجدوى الاقتصادية للمشروع لضمان الحصول على حقوقه ، وتتكون الموارد المالية للبنك من رأس المال المدفوع والاحتياطيات والقروض التى يحصل عليها من البنك المركزى والبنوك التجارية .

جـ- البنوك العقارية :

وهى بنوك تساهم فى حركة البناء والتعمير وذلك عن طريق منح الائتمان طويل الأجل لغرض اقامة العقارات وذلك بضمان أراضى زراعية أو أراضى بناء أو عقارات قائمة ، ويساهم البنك العقارى من خلال القروض التى يمنحها بشروط ميسرة على مواجهة مشكلة الاسكان ، وفى العادة تمنح القروض على دفعات تحدد على حسب المراحل التى وصل اليها المقترض فى البناء ، وذلك لكى يتأكد البنك بأن المقترض جاد فى استخدام القرض فى البناء .

٣.. البنـــك المركـــزى

لاتوجد دولة فى العالم فى وقتنا الحاضر تخلو من بنك مركزى ، والوظيفة الرئيسية للبنك المركزى هى : تنفيذ السياسة النقدية للدولة ، أو بمعنى أدق أن يتخذ من حين لأخر من الاجراءات ما يراه مناسبا لضمان اتجاه النشاط الاقتصادى للدولة ، بالاضافة الى القيام بالأعمال المصرفية الخاصة بالحكومة ، وأهمها اصدار أوراق البنكنوت .

ومعنى هذا أنه يقوم بتنظيم السياسات النقدية والائتمانية والمصرفية للدولة ، كما يشرف ويهيمن على البنوك الأخرى ، وهدفه مراعاة الصالح العام للاقتصاد القومى ككل ولايهدف الى تحقيق الأرباح .

... وظائف البنك المركزى ...

يقوم البنك المركزى بعدة وظائف رئيسية ، نجمل أهمها فيما يلى :

أولا : اصدار أوراق البنكنوت :

يصدر البنك المركزى أوراق النقد بشرط أن يحتفظ فى خزائنه بغطاء للنقد (وهو الاحتياطى المقابل لأوراق النقد المصدرة) .. ويتكون الغطاء النقدى من ذهب وأوراق مالية وأذونات خزانة حكومية وعملات أجنبية . وهناك أنواع من الاصدار طبقا للنظام المتبع وهى نظام الغطاء الذهبى الكامل ، نظام الاصدار الجزئى الوثيق ، نظام غطاء الذهب النسبى ، نظام الحد الأقصى للاصدار ، وأخيرا نظام الاصدار الحر .

ثانيا : بنك البنوك :

يقوم البنك المركزى بوظيفة بنك البنوك على الوجه التالى :

أ. الاحتفاظ بالأرصدة النقدية للبنوك التجارية .

ب. المقرض الأخير للبنوك التجارية .

ج. اجراء عمليات المقاصة .

د. تنظيم الائتمان الذى تخلقه البنوك التجارية .

ثالثا : بنك الحكومة :

يقوم البنك المركزى بوظيفة بنك الحكومة على الوجه التالى :

١. تحصيل ايرادات الحكومة ودفع مصروفاتها .

٢. يتولى اقراض الحكومة عند الحاجة .

٣. يضع تحت تصرف الحكومة ما لديه من عملات أجنبية وذهب .

٤. الاحتفاظ بحسابات الحكومة .

٥. القيام نيابة عن الحكومة فى ادارة ديونها وخدمتها .

٦. تمثيل الحكومة فى عملياتها الاقتصادية الخارجية .

٧. القيام بدور المستشار النقدى والمالى والاقتصادى للحكومة .

رابعا : القيام بقدر صغير من الأعمال المصرفية :

يقوم البنك المركزى ببعض الأعمال المصرفية الصغيرة كاستثمار جزء من رأسماله فى بعض الأعمال التجارية ، على ألاّ يمتد هذا الى منافسة البنوك الأخرى فى هذا الميدان ، خاصة وأن الأموال المودعة لديه تمتلك البنوك جانبا كبيرا منها .

خامسا : مراقبة الائتمان :

الائتمان هو مجموع القروض والضمانات والتسهيلات المصرفية التى تمنحها البنوك لعملائها ، وزيادة الائتمان اذا توجهت القروض للاستثمار معناها زيادة النشاط الاقتصادى الحقيقى ، وزيادة الائتمان تحدث رواجا مصطنعا عندما يتحول الاقراض الى تضخم نقدى اذا توجهت الى الاستهلاك .

وفى سبيل مراقبة حجم الائتمان ونوعه ، يستخدم البنك المركزى السياسات الآتية :

١. سياسة سعر الخصم :

اذا رأى البنك المركزى أن البنوك تكثر من القروض الاستهلاكية ، فانه يرفع سعر الخصم ، فيقل ربح المقترضين ، ويقل اقبالهم على الاقتراض ، وهكذا يقل حجم الائتمان .

٢. سياسة الاحتياطي القانوني :

البنك المركزي يرفع نسبة الاحتياطي من ١٩٪ الى ٢١٪ مثلا ، ويعني ذلك سحب ٢٪ من الأموال المودعة لدى البنوك ، فيقل حجم الائتمان .

٣. سياسة السوق المفتوحة :

يدخل البنك المركزي سوق الأوراق المالية بائعا ، ويحصل على ثمن بيع الأوراق المالية بشيكات يسحبها من البنوك ، فينكمش حجم الائتمان .

٤.. بنــوك أخــرى

بالاضافة الى البنوك السابق ذكرها ، توجد بنوك أخرى ذات طبيعة خاصة – وهي :

أ – بنك ناصر الاجتماعي : هو بنك ذو طبيعة اجتماعية ، وهو يتبع حاليا وزارة التأمينات الاجتماعية خلافا لغيره من البنـوك التي تتبع وزارة الاقتصـاد أو المالية ، وقد تم تأسيسه في سنة ١٩٧١ – وأهم أغراضه :

- الحلول محل صناديق استبدال المعاشات التي لم تعد قادرة على مواجهة الطلب المتزايد عليها .
- تقرير نظام المعاشات والتأمين ، خاصـة التأمين التعـاوني لغير المنتفعين بأنظمة المعاشات والتأمينات الاجتماعية السارية .
- منح قروض واعانات للمواطنيـن المستحقين لها ، ويشمل ذلك القروض الاستهلاكية والقروض الانتاجية على حد سواء .
- قبول الودائع .
- استثمار فائض أمواله في المشروعات العامة والخاصة .

ب – بنك الاستثمار القومي : أنشيء هذا البنك عام ١٩٨٠ وبدأ نشاطه عام ١٩٨١ ، وحدد غرضـه الأساسـي بأن يقوم بتمويل كافة المشروعات المدرجة بالخطة العامة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة ، وذلك عن طريق الاسهام في رؤوس أموال تلك المشروعات ، أو عـن طريق مدها بالقروض ، أو غير ذلك من الوسائل ، ومتابعة تنفيذها .

ثالثا : التجـــارة الخارجيـــة

فى ظل التقدم التكنولوجى الكبير الذى نعيش فيه اليوم ، ومع تطور وسائل النقل والمواصلات ، أصبحت الدول لاتستطيع أن تعيش بمعزل عن بعضها البعض ، فالتقدم الذى تحققه دولة ما فى المجالات الاقتصادية والعلمية أصبح يرتبط ارتباطا مباشرا باقتصاديات الدول الأخرى التى تتعامل معها .

فعن طريقها يمكن للدول أن تصرف فائض انتاجها فى مقابل الحصول على ما تحتاجه من السلع والخدمات التى لايمكن انتاجها محليا ، وتعتبر السياحة صورة من صور التجارة الخارجية ، تحت ما يسمى بالصادرات غير المنظورة ، ولهذا السبب يتم هنا الاشارة الى الفرق بين التجارة الداخلية والتجارة الخارجية ، ثم أسباب قيام التجارة الخارجية ، وأخيرا القيود عليها ، ولايستدعى الأمر التفصيل ، لأنه من ناحية خارج اطار منهجنا هذا ، وسيتم الحديث عنه فى مواقع أخرى تالية من هذا الكتاب .

١.. الفرق بين التجارة الداخلية والتجارة الخارجية

التجارة الداخلية هى حركة انتقال السلع والخدمات وعوامل الانتاج داخل الحدود الاقليمية للدولة ، مثل انتقال السلع من محافظة الى أخرى داخل الدولة ، أما التجارة الخارجية فيقصد بها حركة انتقال السلع والخدمات وعوامل الانتاج بين دولة ودولة أخرى ، ونظرا لاختلاف الظروف الاقتصادية والاجتماعية والسياسية بين الدول ، فإن هذا النوع من التجارة يثير بعض الصعاب ، ويمكن أن توضح أهم أوجه الاختلاف بينهما فيما يلى :

١.. تتم التجارة الخارجية بين مجتمعات منفصلة عن بعضها البعض بحدود سياسية ، بما يجعلها تخضع لقواعد وشروط وتعريفات جمركية لاتسرى على التجارة الداخلية لأى دولة على حدة .

٢.. تستخدم كل دولة فى تجارتها الداخلية عملة نقدية معينة ، قد تختلف فى العادة عن العملات التى تستخدمها غيرها من الدول ، فلا تنشأ بصددها مشكلة تعدد وحدات التعامل النقدى ، كما هو الحال فى التجارة الخارجية ، التى تستلزم الاتفاق على نوع العملة المستخدمة فى عمليات التصدير والاستيراد ، ويتطلب الأمر هنا معرفة أسعار صرف العملات

٣.. يتفاوت ما قد يوجد في البلدان المختلفة من موارد طبيعية وبشرية وظروف مناخية ، وينعكس ذلك على اختلاف تكاليف انتاج مختلف المنتجات من بلد الى آخر ، بحيث قد توجد هناك ميزة نسبية في انتاج سلعة معينة ، وهنا تمكن التجارة الخارجية مختلف الدول من التمتع بما يوجد لديها ولدى غيرها من مزايا نسبية ، فتستفيد كافة الدول بما لدى غيرها من الموارد .

٤.. يتفاوت ما تمر به مختلف الدول من مراحل نمو اقتصادي ، فهناك البلدان الصناعية المتقدمة اقتصاديا مثل الولايات المتحدة الأمريكية واليابان ودول غرب أوروبا ، وهناك البلدان النامية في أمريكا اللاتينية وأسيا وافريقيا ، والتي تتفاوت فيما بينها في مستوى التنمية الاقتصادية ، ويستدعي هذا التفاوت بين الدول في مستوى النمو أو التنمية الاقتصادية أن تسير التجارة الخارجية لمختلف الدول طبقا لقواعد وسياسات معينة ، وذلك مثل حاجة الدول النامية الى اتخاذ اجراءات لحماية صناعاتها الناشئة من المنافسة الخارجية .

٥.. تتم التجارة الخارجية كذلك بين دول قد تتفق أو تختلف من حيث ما تكتنفه من نظم اقتصادية ، وتنعكس هذه الاختلافات على التجارة الخارجية من حيث حجمها وتوجهها وقواعدها .

وهكذا نجد أن ما يحكم التجارة الخارجية من قيود وقواعد وشروط وظروف ، يختلف عما هو عليه الحال بخصوص التجارة الداخلية .

٢.. أسباب قيام التجارة الخارجية

هناك أسباب كثيرة ساعدت على قيام التجارة بين الدول ، يمكن تحديد أهم هذه الأسباب فيما يلي :

- اختلاف الظروف المناخية : من الأسباب المؤدية الى قيام التجارة الدولية اختلاف الظروف الطبيعية بين الدول ، وعلى وجه الخصوص الظروف المناخية ، حيث هناك دول تقع في منطقة الجو البارد ، وتجود فيها حاصلات زراعية معينة ، بينما هناك دول أخرى تقع في منطقة الجو الحار ولها حاصلات زراعية خاصة بها ، وعن طريق التبادل التجاري يتم نقل حاصلات المناطق الباردة الى دول المناطق الحارة .. وبالعكس .

- اختلاف درجة التقدم التكنولوجي : حيث هناك دول وصلت الى مرحلة متقدمة في مجال استخدام الآلات المتطورة وهي الدول المتقدمة ، بينما هناك دول ما زالت في أولى مراحل التقدم التكنولوجي وهي الدول النامية ، وعن طريق التجارة الدولية يتم نقل التكنولوجيا من الدول المتقدمة الى الدول النامية ، وهذا يساعدها على تحقيق التنمية .

- التشتت الجغرافي للمعادن : من المقومات الأساسية لقيام الصناعة ، توافر القوى المحركة والمعادن . والمتتبع للتوزيع الجغرافي للمعادن يجد هناك نوع من التشتت ، فهناك دول لديها وفر في أنواع معينة من المعادن ، بينما تفتقر الى أنواع أخرى ، وهذا التشتت يعتبر أحد أسباب قيام التجارة بين الدول ، حيث يتم نقل المعادن بين الدول ، وهذا يساعد على نمو الانتاج الصناعي ، فالنجاح الكبير الذى حققته اليابان في المجال الصناعي (على سبيل المثال) جزء كبير منه يرجع الى التجارة الخارجية ، حيث تفتقر اليابان الى المعادن ومصادر القوى المحركة ، وتحصل عليها من خلال الاستيراد الخارجي ، ولولا هذا الاستيراد ما كان لليابان هذا التقدم الكبير في الصناعة .

- تفاوت درجة المهارة العمالية : ان درجة المهارة العملية تتفاوت من دولة الى أخرى ، فهناك دول اكتسب عمالها مهارة وخبرة في انتاج نوعيات معينة من السلع ، مثل اكتساب العامل الايراني مثلا مهارة في صناعة السجاد اليدوى ، واكتساب العامل المصرى مهارة في صناعة الأثاث ، وحيث أن هناك صعوبة نقل اليد العاملة من دولة الى أخرى لاختلاف العادات والتقاليد واللغة والعقبات التى تضعها الدول للهجرة ... الخ . فان المهارة العمالية يمكن نقلها بين الدول من خلال التبادل الدولى للسلع ، فاستيراد دولة ما للسجاد الايرانى معناه نقل المهارة العمالية الايرانية لهذه الدولة ، وعلى ذلك يمكن القول أن من الأسباب الأساسية لقيام التجارة الدولية اختلاف درجة المهارة العمالية بين الدول .

٣.. القيــود على التجارة الخارجية

ان حرية التجارة الخارجية تؤدى الى التخصص على المستوى الدولى ، وهذا من شأنه زيادة الرفاهية الاقتصادية للمجتمع العالمى ، والواقع الذى نعيش فيه يشهد قيود تفرضها الدول على التجارة الخارجية من أجل تحقيق بعض الأهداف الاقتصادية والسياسية والاجتماعية .

وقد اتخذت هذه القيود شكلين :

أ - الرسوم الجمركية :

وأهمها الرسوم الجمركية على الواردات ، بهدف تحقيق ايرادات مالية للدولة أو لأغراض الحماية من المنافسة الأجنبية ، وعلى الأخص الدول النامية - وهي ثلاثة أشكال : - الرسوم القيمية : وهي عبارة عن فرض نسبة مئوية من قيمة السلعة المستوردة .

- الرسوم النوعية : وهي عبارة عن رسم يفرض على الوحدات المستوردة بغض النظر عن القيمة .
- الرسوم المختلطة : يجمع بين النوعين السابقين ، بحيث تحدد رسوم على قيمة السلعة المستوردة مع فرض رسم عيني على السلعة .

وأهم أهداف فرض الرسوم الجمركية :

- تمويل خزانة الدولة .
- حماية الصناعات الناشئة .
- المحافظة على مستوى الأجور المحلية ، والقضاء على البطالة .
- علاج الاختلالات في موازين المدفوعات .

ب - القيود الكمية على التجارة الخارجية :

في كثير من الأحيان قد تكون الرسوم الجمركية على الواردات غير كافية لتحقيق الأهداف الاقتصادية والاجتماعية التي يسعى الى تحقيقها مع الرقابة على التجارة الخارجية ، ولذلك فإنها تلجأ الى أنواع أخرى من القيود كنظام الحصص أو فرض رقابة على أسعار الصرف . وتتميز هذه القيود في أنها تفرض حدودا قصوى على التجارة ، مما يجعلها أكثر فاعلية في وقت الأزمات ، كما أنها تحقق هدف حماية الصناعات الناشئة بصورة مباشرة وسريعة ، كم أن هذه القيود لها أثر فعال في منع وصول السلع الى الأعداء خلال الحروب ، والتأكد من وجود فائض استراتيجي من السلع المنتجة محليا .

التنمية الاقتصادية ومظاهر التخلف الاقتصادى

احتل موضوع التنمية الاقتصادية أهمية خاصة بعد الحرب العالمية الثانية سواء على مستوى الفكر التنموى ، أو على مستوى عمليات التنمية ذاتها فى الدول المتخلفة ، ويرجع هذا الاهتمام الى مجموعة من العوامل ، اجتمعت وجعلت التخلف أمرا لايمكن السكوت عليه .

ويعزى ذلك الى الشعور بمشكلة التخلف بالدول النامية ، نتيجة لاعتبارات عديدة ، يبرز فى مقدمتها نمو الوعى القومى فى الدول المتخلفة بعد حصولها على استقلالها السياسى وزيادة وسائل الاتصال بين الشعوب ، والاحساس بالتفاوت البالغ فى مستويات المعيشة بين الدول المتخلفة والدول المتقدمة .

والواقع أن التنمية الاقتصادية لاتتمثل فقط فى تنفيذ أعمال تهدف الى زيادة مساحة الأرض الزراعية ورفع انتاجيتها ، وانشاء مشاريع جديدة لاستغلال الموارد العاطلة - حيث أن هذه الانجازات لاتكفى لتحقيق هذا الهدف .

فالقضاء على التخلف الاقتصادى يتطلب أولا القيام ببعض الخطوات التمهيدية بهدف احداث تطوير شامل فى الهيكل الاقتصادى للمجتمع ، واعداد الاطار الملائم للتقدم والنمو ، ثم استعراض المشروعات المختلفة المطروحة للدراسة والبحث والموازنة بينها ، وكذلك وضع الأسس التى يتم على اساسها اختيار المشروعات التى ستكون لها أولوية التنفيذ ، مع مراعاة التناسق والانسجام فيما بينها ، مما يساعد على تحويل المجتمع الى الوضع الذى يتفق ومتطلبات التنمية .

وعليه ، تعتبر التنمية عملية شاملة هدفها الأساسى هو الارتقاء بالمجتمع والفرد الى مستوى أعلى من الرفاهية والثقافة والحرية ، والقدرة على التجديد ، والقضاء على أسباب التخلف وعوامل التبعية . فالتنمية الحقيقية ليست مجرد تحسين كمى أو كيفى فى الأشياء فقط كزيادة الناتج القومى أو احداث تغيرات فى البنية الهيكلية للاقتصاد القومى ، بل أن التنمية الحقيقية هى ابراز الشخصية القومية للمجتمع عن طريق تمكين المجتمع من استخدام قدراته فى التحديث والتطوير

فهى تنمية مستقلة لاتابعة ، أى لاتكون موجهة للخارج وفى خدمته ، ومعتمدة عليه بدرجة قصوى ، بل تتحول التنمية الى الداخل معتمدة على الامكانيات الوطنية والقومية والطبيعية والبشرية .

تعريف التنمية الاقتصادية :

يستخدم أكثر من اصطلاح للتعبير عما يمر به المجتمع من تطور ، فتوجد عبارة النمو الاقتصادى ، وعبارة التنمية الاقتصادية ، أو الانماء الاقتصادى ، ويختلف نوع ما تنطوى عليه كل عبارة من مفهوم للتطور .

فيقصد بالنمو الاقتصادى : " التطور الاقتصادى الذى يحدث تلقائيا دون توجيه أو مجهودات مقصودة .

أما التنمية الاقتصادية : فيقصد بها : " التغييرات الاقتصادية التى تحدث فى المجتمع بفعل توجيه مقصود مستهدف .

فما تشهده الدول الرأسمالية المتقدمة اقتصاديا من تطورات وتغيرات اقتصادية واجتماعية منذ قيام الثورة الصناعية الى وقتنا هذا ، يحدث فى الغالب بتلقائية طبقا لقوى التطور الطبيعية ، دون تدخل أو توجيه مقصود من حكومات هذه الدول ، ويطلق على هذا النوع من التطور اصطلاح النمو الاقتصادى ، أما ما تشهده البلاد المتخلفة من تطور اقتصادى واجتماعى بعد الحرب العالمية الثانية ، فيطلق عليه اصطلاح التنمية الاقتصادية ، حيث يتم هذا التطور بعيدا عن فلسفة الحرية الاقتصادية ، بتدخل وتوجيه مقصود مستهدف من حكومات هذه البلاد .

ويترتب على كل من النمو الاقتصادى و التنمية الاقتصادية زيادات فى الدخل القومى الحقيقى ونصيب الفرد منه عبر الزمن ، وذلك نتيجة للتطور التلقائى فى الأول أو المخطط فى الثانى ، ويقترن أكثر من ذلك الاصطلاح الثانى بتغييرات هيكلية فى البنيان الاقتصادى والاجتماعى للمجتمع ، تتمثل على سبيل المثال فى ارتفاع مساهمة بعض القطاعات فى هيكل الناتج المحلي وهيكل العمالة والتراكم الرأسمالى ، وتزايد الأهمية النسبية للعمالة الماهرة ، وتنوع الصادرات وانخفاض درجة التبعية الاقتصادية للخارج ، والسيطرة الوطنية على الموارد المحلية ، وتحقيق درجة أعلى من العدالة فى توزيع الدخول والثروات .. الخ .

من هنا يمكن القول أن النمو الاقتصادى تغير كمى ، وأن التنمية الاقتصادية تغير كمى وتغير نوعى فى الأساس ، يتمثل فيما يحدث من تغيرات فى الهيكل الاقتصادى والاجتماعى للمجتمع ، بحيث يقضى على الفقر والتبعية ، فتتضمن التنمية كل من النمو والتوزيع والتغيرات الهيكلية التى تهدف الى رفع مستوى معيشة عامة أفراد المجتمع والقضاء على التبعية .

وهناك اصطلاح التنمية الشاملة ، ويقصد به عملية تطور تضرب جذورها فى كل جوانب الحياة وتؤدى الى مولد حضارة ، أو مرحلة جديدة من مراحل التطور الحضارى بكل ما يميزها من قيم وعادات وسلوك وأساليب انتاج وأوضاع اجتماعية ونظم سياسية وتقدم علمى وتجدد أدبى وفنى ... الخ .

أهداف التنمية الاقتصادية

مهما كانت المكونات أو العناصر الخاصة بهذه الحياة الأفضل ، فالتنمية فى كل المجتمعات يجب أن تحرز الأهداف التالية :

أ - تعجيل معدل نمو الناتج القومى :

حيث يجب تعظيم نمو الدخل القومى فى أقل فترات ممكنة ، فمعدلات النمو المرتفعة أفضل دائما من معدلات النمو المنخفضة ، وذلك للعمل على سرعة تضييق فجوة الاختلاف فى مستويات متوسط دخل الفرد بين الدول المتقدمة والدول المتخلفة .

ب - رفع مستوى المعيشة :

وذلك بتقليل الفوارق بين الدخول بمراعاة التوزيع وعدالته ، ولن يتحقق ذلك الا بالسعى الى الحد من التفاوت الكبير فى توزيع الدخل ، الذى يسود مختلف الدول المتخلفة ، ويسىء الى عمليات التنمية .

جـ - تغيير هيكل البنيان الاقتصادى والاجتماعى :

ان ما يوجد فى الدول المتخلفة من هياكل انتاجية يتصف بالتشوه وعدم التكامل والازدواجية والتبعية ، بحيث تعد هذه الهياكل من بعد أن تم انشائها الأساس لاستمرار [illegible] للخارج ، واستنزاف الموارد المحلية والفوائض الاقتصادية لمصلحة الغير ، [illegible] تحتاج هذه الهياكل الى تغييرات جذرية بمعرفة عمليات التنمية .

فتبرز أهمية تغيير هيكل البناء الاقتصادى للمجتمع كهدف رئيسى من أهداف التنمية الاقتصادية ، هذا التغيير يتعين أن يكون فى اقامة اقتصاد وطنى مستقل (غير تابع اقتصاديا للخارج) يسيطر على موارده ، وثرواته الطبيعية ، ولايسمح باستنزاف فوائضه الاقتصادية ، ويمتلك القدرة على النمو الذاتى ، ورفع مستوى معيشة سكانه .

مظاهر التخلف الاقتصادى

تتصف الأوضاع التى تعيش فيها الدول النامية بالعديد من الخصائص ، والتى قد تتباين فيما بينها فى المستوى ، ومعدلات التطور ، وان كانت مع ذلك تشترك فى بعض المؤشرات والخصائص العامة ، التى يمكن أن نشير اليها فيما يلى :

- انخفاض متوسط نصيب الفرد من الناتج القومى .
- الزيادة السكانية .
- ارتفاع نسبة الانتاج الأولى فى الانتاج الكلى ، وظهور الازدواجية الحادة فى الهيكل الاقتصادى .
- انخفاض معدل التكوين الرأسمالى .
- اختلال هيكل العلاقات الاقتصادية مع العالم الخارجى .

معنى هذا أن مظاهر التخلف تتركز فى انتشار الفقر وانخفاض مستوى الدخل الفردى ، وندرة عنصر رأس المال ، وانخفاض الانتاجية ، وانتشار البطالة ، والتخصص فى المواد الأولية فى الانتاج الأولى .

يضاف الى هذه المظاهر ما يلى :

- سيادة علاقات سياسية وثقافية واجتماعية لاتتلاءم مع متطلبات التنمية الاقتصادية .
- العوامل الخارجية غير المواتية ، والتبعية للخارج .

وتختلف مظاهر التخلف من دولة نامية الى أخرى ، طبقا للعوامل التالية :

١. نوع الفرع الانتاجي الرئيسي في الاقتصاد ، فقد يكون انتاج استخراجي أو زراعي .

٢. نمط الهيكل الانتاجي للاقتصاد والمجتمع ، بمعنى مكونات القطاع التقليدي والقطاع الحديث ، وكيفية تعلقهما ببعض .

٣. مستوى وسرعة التقدم في قوى الانتاج ، الذي ينعكس على مستوى الدخل القومي للفرد ، ومستوى التصنيع ، ومعدل النمو ، ... الخ .

٤. كم وكيف الموارد الطبيعية والمعطيات الجغرافية .

٥. عدد وكثافة ومكونات السكان .

٦. الدرجة الحقيقية للاستقلال فيما يتعلق بالعلاقات السياسية والاقتصادية والثقافية بالدول المتقدمة .

٧. نمط وتوجه التنمية والسياسات الاقتصادية من بعد الاستقلال .

٨. التكوين الطبقي للمجتمع ، وما به من قوميات ، قبائل ، ديانات ، ... الخ .

٩. المستوى التعليمي والثقافي .

... وليس المجال هنا شرح هذه المظاهر بالتفصيل ..

٥.. : دور السياحة فى تحقيق التنمية الاقتصادية

تهدف التنمية السياحية الى الاسهام فى زيادة الدخل الفردى الحقيقى ، ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية ، وبهذه المثابة تعتمد التنمية الاقتصادية على القطاع السياحى وبدرجات متفاوتة ، فى زيادة الدخل القومى من خلال دفع المتغيرات السياحية فى المجتمع للنمو بأسرع من معدل النمو الطبيعى .

أى أن التنمية السياحية تعتبر فى هذه الحالة نموا اراديا مدفوعا ، وهناك مؤشرات عديدة تنبىء عن هذا النمو فى قطاع السياحة الدولية ، لعل فى مقدمتها : زيادة عدد السائحين وعدد الليالى السياحية والانفاق السياحى والايرادات السياحية وغيرها من المؤشرات .

وتتطلب التنمية السياحية أن يتدخل التخطيط السياحى باعتباره أسلوبا علميا يستهدف تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحى بأقل تكلفة ممكنة ، وفى أقرب وقت مستطاع ، فتلقائية النشاط السياحى ليس فى مقدورها أن تسعف الدول النامية فى دفع عجلة النمو السياحى ما لم تلجأ الى التخطيط الذى يعتبر ضرورة من ضرورات التنمية السياحية الرشيدة ، حتى يمكن للدول النامية أن تواجه المنافسة فى السوق السياحى الدولى ، فلا يخفى أن هذه السوق تسودها منافسة قوية بين مناطق سياحية متعددة تقدم امكانيات متجددة لاجتذاب السائحين بأساليب متنوعة .

تعتبر السياحة مجالا من مجالات تنمية اقتصاديات الدول النامية ، فهى تعتبر من الصادرات ذات الاهمية ، أو تعتبر عاملا مهما فى تنمية التجارة الدولية ، وذات دور بارز فى امتصاص العمالة ، فالسياحة تعتمد أساسا على القوى البشرية الى جانب المغريات السياحية المتاحة .

والتنمية السياحية يجب أن تربط بين النواحى البيئية والحضارية والطبيعية التى تشكل رأسمال السياحة ، وبين النواحى الاقتصادية والاجتماعية لأى مجتمع ، وذلك للبحث عن أفضل الأساليب لترشيد الاستثمار فى المجال السياحى وتطويره . فمع تعدد الآثار والمزارات والأنشطة السياحية وتنوعها ، تستطيع التنمية السياحية المخططة والمنظمة أن تساهم بصورة فعالة فى عمليات التنمية الاقتصادية الشاملة فى المناطق السياحية ، وتحويلها الى مناطق جذب سكنى وتجمعات عمرانية جديدة تعتمد أساسا على الانفاق السياحى وتقديم خدمات متكاملة تسمح

ويمكن للسياحة فى مصر أن تلعب دورا هاما فى المساهمة فى التنمية الاقتصادية والاجتماعية من خلال ما توفره من العملات الأجنبية ، وأن تخلق فرص عمل جديدة ، باعتبارها نشاطا استثماريا يمكن أن يجذب رؤوس الأموال المصرية ومدخرات العاملين بالخارج ، بالاضافة الى رؤوس الأموال الأجنبية فى مختلف المشروعات السياحية المباشرة كالفنادق وسائر الصناعات المكملة التى تمد قطاع السياحة باحتياجاته الاستهلاكية المختلفة والمتعددة .

وقبل البدء فى اتخاذ أى قرار يتعلق بالتنمية السياحية فى منطقة ما ، يجب البحث عن الحل الأمثل للاستفادة بكافة الموارد الاقتصادية ، وهذا يتطلب أن يؤخذ فى الاعتبار النواحى الآتية :

١. الاطار الطبيعى الذى يمثل الاحتياجات الضرورية للنشاط السياحى مثل الانتاج الزراعى ومصايد الأسماك والصناعات البيئية والحرفية .
٢. البناء الفنى الذى يتضمن طريقة استغلال الموارد السياحية وتسهيل الوصول اليها ، بما يحقق تحسينها وتهيئتها للنمو .
٣. السوق السياحى الدولى والمحلى وعلاقة ذلك بطريقة تهيئة واعداد المنتج السياحى الذى ستقدمه المنطقة .
٤. التوزيع السكانى وتطوير حركة العمران بالمنطقة وأحوال السكان ومستوى المعيشة .
٥. الربط بين مشروعات التنمية الاقتصادية بالبلاد بوجه عام ، بحيث تكون مشروعات التنمية جزءا لايتجزأ من المشروعات الكبيرة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية بالبلاد .

دواعي الأخذ بالتنمية السياحية

تواجه الدول النامية مشكلات عديدة ، يأتى فى مقدمتها انخفاض مستوى الدخل الفردى والتخصص المتطرف فى انتاج وتصدير المواد الأولية والتبعية الاقتصادية للخارج ، والندرة النسبية لرؤوس الأموال والبطالة الهيكلية وضعف التصنيع ، وتواضع مستوى هيكل الانتاج الزراعى ، فضلا عن انخفاض المستوى التنظيمى والتكنولوجى ... الخ .

وتحاول الدول النامية أن تتخذ من التنمية الاقتصادية والاجتماعية وسيلة لزيادة الدخل القومي من خلال تنفيذ مشروعات التنمية ، وحتى يمكن تنفيذ هذه المشروعات لابد من توفير الاستثمارات المطلوبة ، وتواجه الدول النامية هنا فجوتان : (فجوة ادخارية ، وفجوة في النقد الأجنبي) ، وتتمثل الفجوة الأولى في الفرق بين حجم الادخار المتاح والاحتياجات الاستثمارية ، بينما تتمثل الفجوة الثانية في الفرق بين حجم النقد الأجنبي المتاح والاحتياجات الاستيرادية .

وفي سبيل سد الفجوة الأولى تحاول الدول النامية تنمية الأوعية الادخارية (ادخار القطاع الحكومي ، وادخار قطاع الأعمال ، وادخار القطاع العائلي) فيها بطرق متعددة ، وبصدد سد الفجوة الثانية تحاول هذه الدول زيادة حصيلتها من النقد الأجنبي من خلال التوسع في الصادرات من أجل دعم النمو الاقتصادي حتى تتمكن من استيراد السلع الانتاجية اللازمة لمشروعات التنمية الاقتصادية .

وتتمثل غالبية السلع التصديرية في الاقتصاديات النامية في السلع الأولية سواء كانت زراعية أو معدنية ، حيث يعتبر التخصص المتطرف في انتاج وتصدير المواد الأولية أحد الخصائص الأساسية في هذه الاقتصاديات . وكثيرا ما يقتصر البلد النامي على انتاج وتصدير عدد قليل من المحاصيل ، بل وقد يصل الى محصول واحد .

والمشكلات التي تواجه الدول النامية المنتجة للمواد الأولية تتمثل في ثلاثة أمور أساسية :

الأول : يتعلق بما تتسم به الأسواق العالمية من عدم استقرار . اذ يتوقف الطلب على المواد الأولية على الأحوال الاقتصادية السائدة في البلاد الصناعية ، والسياسات التي تتبعها في مجال الاستيراد . علاوة على ما يتعرض له الطلب على المواد الأولية من عوامل غير مواتية ، منها : منافسة البدائل الصناعية ، والاتجاه الى التقليل من استخدام المواد الخام . والملاحظ أن أسعار هذه المواد في تقلب مستمر ، ومن ثم تتقلب حصيلة صادرات البلاد النامية تبعا لذلك .

والثاني : يكمن فى تراخى الزيادة فى حجم الصادرات من المواد الأولية للاعتبارات السابقة ، ونظرا الى أن الطلب العالمي على هذه المواد الأولية لاينمو بنفس معدلات نمو الدخل العالمى ، فاذا عرفنا أن هذه المواد تضم مواد زراعية غذائية ، فإن القيمة الكلية للصادرات من المنتجات الغذائية تتجه الى الزيادة بدرجة أقل من زيادة الدخل العالمي استجابة لقانون " انجل " الذى يجرى على أنه : " كلما زاد الدخل ، قل نصيب ما يخصص منه للغذاء " وبالاضافة الى ذلك فإن الطلب على المنتجات الغذائية هو طلب يتصف بصفة عامة بعدم المرونة .

والثالث : يتحصل فى اتجاه معدل التبادل الدولى للتحرك فى غير صالحها ، حيث يلاحظ أن أسعار السلع الصناعية (التى تنتجها الدول المتقدمة) فى تزايد مستمر ، بينما نجد أن أسعار السلع الأولية إما تنخفض أو تكون ثابتة أو لاتتزايد بنفس زيادة أسعار السلع الصناعية ، مما يؤدى الى تدهور شروط التبادل الدولى للدول النامية .

ويمكن أن نستنتج مما تقدم أن الاعتماد على المواد الأولية فى التصدير ، يعوق التنمية من عدة وجوه :

١. أن التقلبات التى تصيب قطاع التصدير ، تنعكس على كافة القطاعات الاقتصادية ، مما يؤدى الى التأثير على التوازن الاقتصادى فى الداخل فى الوقت الذى يتعذر فيه على الحكومات النامية انتهاج سياسة تعويضية مناسبة .

٢. أن التقلب فى حصيلة الصادرات يجعل الحكومات النامية غير قادرة على تخطيط اقتصادها اعتمادا على خطة مستقرة ، فهى لاتستطيع أن تتحكم فى حصيلة النقد الأجنبى ، الأمر الذى يترتب عليه عدم امكانها استيراد السلع الانتاجية اللازمة للمشروعات الانمائية ، ومن هنا فإن قطاع التصدير يمثل نقطة حرجة فى الاقتصاديات النامية .

٣. ان التراخى الطويل المدى فى الزيادة فى الصادرات يؤثر على مستقبل التنمية فى الدول النامية ، فتناقص حصيلة الصادرات عن امكان استيراد السلع اللازمة للتنمية ، التى تتزايد الحاجة اليها باستمرار ، يؤثر على التنمية فى المستقبل ، بل أنه يشكل قيدا كبيرا على اتجاهاتها .

وتعتبر مشكلة التخصص المتطرف فى انتاج وتصدير المواد الأولية من أهم المشكلات التى تواجه الدول النامية ، ويتمثل جوهر المشكلة فى ضيق نطاق التخصص وعدم تنوع الصادرات ، لذا فإن كثيرا من كتاب التنمية ينصحون الدول النامية بتنويع الانتاج والصادرات ، وتقليل الاعتماد على عدد محدود من المنتجات الأولية .

وهذه الحقيقة شجعت كثيرا من الدول النامية على اتخاذ السياحة أداة لتحويل مجتمعاتها من مجتمعات تعتمد على الاقتصاد الزراعى التقليدى الى مجتمعات حضرية ذات اقتصاد مختلط يدعم التصنيع ، ويحقق التحول الاقتصادى المطلوب ، ومن ثم فقد لقى النشاط السياحى ، باعتباره استراتيجية للنمو الاقتصادى اهتماما كبيرا فى الوقت الحاضر ، وخصوصا من جانب واضعى الخطط الاقتصادية والاجتماعية ، بعد أن حققت كثير منها نجاحا بارزا فى المجال السياحى .

محددات التنمية السياحية

أهم المحددات التى تتعلق بأوضاع الدول النامية ، تبدو بصفة خاصة فى الأمور الآتية :

١. توفير التسهيلات السياحية بأسعار منافسة :

فيما يتعلق بالاقامة والطعام والشراب وخدمات النقل السياحى ، وبيع الهدايا والتذكارات ودور اللهو والتسلية ، بحيث تكون جيدة من حيث النوعية وتنافسية من حيث السعر بالمقارنة بالمناطق السياحية الأخرى .

٢. الموقع الجغرافى : يلعب هذا الموقع دورا هاما فى التدفق السياحى ، ويعتبر الموقع المناسب (القريب من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة) عملا أساسيا فى صناعة السياحة الناجحة .

٣. طبيعة ومصدر الاستثمارات فى السوق السياحى .
٤. تقرير حوافز للمشروعات السياحية .
٥. التخطيط السياحي الواعي : وذلك بحصر وتعبئة الموارد والطاقات السياحية فى المجتمع واستخدامها أفضل استخدام ممكن ، توصلا الى تحقيق أكبر معدل للنمو السياحى ، وعلى ذلك فالتخطيط ينطوى على اختيار الأهداف وتقدير الموارد وتحديد حجم الاستثمارات ووسائل تمويلها واختيار المشروعات التى تتطلبها أهداف الخطة .
٦. التسويق السياحى النشط لايجاد رغبات ودوافع الشراء .
٧. التنظيم السياحى الفعال يعمل على تطور السياحة وتقدمها .
٨. التعاون السياحي الاقليمى الدولي - للاعتبارات التالية :
أ - اتساع أنشطة المنظمات الدولية والاقليمية فى المجال السياحى .
ب - امكانية تحقيق التكامل السياحى بين الدول التى تكون معا منطقة سياحية واحدة .
جـ - تسهيل الرحلات السياحية الطويلة التى تتم بين عدة دول ، وذلك استجابة للاتجاه السياحى المتزايد فى زيارة أكثر من دولة فى الرحلة الواحدة .
٩. ادارة الشئون السياحية القومية بكفاءة .

أهداف التنمية السياحية

سبق القول أن التنمية السياحية تهدف الى تحقيق زيادة الدخل القومى ، وذلك من خلال تنفيذ المشروعات الائتمانية السياحية التى تؤدى الى زيادة تصدير الخدمات السياحية ، وهذا الأمر يحقق الأهداف التالية :

١. رفع مستوى معيشة المواطنين ، أى زيادة الناتج من السلع والخدمات نتيجة لزيادة تصدير الخدمات السياحية الى الخارج .
٢. تحقيق التوظف الكامل فى المجتمع ، أى تشغيل عناصر الانتاج وبخاصة عنصر العمل .

٣. علاج مشكلات ميزان المدفوعات من خلال زيادة موارد البلد من النقد الأجنبي .
٤. تنويع الصادرات .

هناك أيضا الأهداف التالية :
١. هدف العلم والمعرفة .
٢. التعرف على الآخرين وعاداتهم وتقاليدهم .
٣. اعادة بناء الانسان جسديا ونفسيا وذهنيا .

ومن المنظور السياحي الاقتصادي البحت ، تهدف الدولة الى تحقيق هدف زيادة كبيرة متصلة فى الدخل السياحي الاجتماعي وفى القيمة الصافية وفى القيمة المضافة للسياحة ، ويتطلب ذلك وجوب رفع مستوى الخدمات السياحية ومختلف أنواع التسهيلات السياحية ، بما يتناسب مع هذه النوعية المرتفعة المستوى من السائحين .

لاشك أن التنمية السياحية أحد أساليب شتى لتحقيق التنمية الاقتصادية عن طريق التزام التجانس والتوافق والتنسيق بين مختلف القطاعات الانتاجية والخدمية لاحراز التقدم فى أسلوب الحياة ومستوياتها ، وتحقيق الرخاء للمواطنين . والعمل على تحقيق التنمية السياحية بالمعنى المتكامل هو هدف فى حد ذاته ، وفى ذات الوقت هو مرحلة من مراحل تحقيق هدف أكبر وهو تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الدولة .

متطلبات التنمية السياحية في مصر

هناك نوعين من المتطلبات ، هما :

أولا : المتطلبات البيئية للتنمية السياحية :

ترتبط هذه المتطلبات بالتنمية السياحية فى الدولة ارتباطا كبيرا ، لما للبيئة من دور هام فى ... التنمية كعنصر من عناصر الجذب السياحي ، حيث تقوم على الاهتمام بالمكونات البيئية المختلفة الطبيعية والبيولوجية والحضارية والتاريخية الموجودة فى المجتمع التى يجب الحفاظ عليها والاهتمام بها وصيانتها ، وذلك من خلال الاجراءات التالية :

- الاهتمام بوضع السياسات التخطيطية البيئية للمناطق السياحية بحيث تترابط وتتكامل هذه السياسات مع الأهداف العامة للتنمية السياحية .
- نشر الوعى السياحى بين أفراد مجتمعات الدول المصدرة للسائحين ، وكذلك الدول المستقبلة لهم .
- الاهتمام باستغلال نهر النيل سياحيا والاسراع فى تنفيذ مشروع المجرى الملاحى له ، ووضع الضوابط التى توضح حدود وأبعاد هذا الاستغلال بواسطة الأجهزة السياحية الرسمية ، وكذلك استغلال الجزر النيلية سياحيا فى أغراض الترفيه والاستجمام السياحى .
- توفير الوسائل والخدمات اللازمة التى تحمى البيئة فى المناطق السياحية من أنواع التلوث المختلفة .
- التقييم المستمر كل فترة زمنية للتغيرات البيئية التى تحدث فى المناطق السياحية الهامة .
- تحقيق الرقابة الكاملة من جانب الدولة على المناطق السياحية للتأكد من حسن استغلال العناصر البيئية واستخدامها لصالح العمل السياحى .
- توجيه المواطنين بواسطة وسائل الاعلام المختلفة الى الالتزام بقواعد السلوك الاجتماعى ، وحثهم على اتباع المنهج السلوكى من حيث تقليل الضوضاء فى المناطق السكنية ، تحقيقا لراحة وأمن السائحين .

ثانيا : المتطلبات العامة للتنمية السياحية :

- الاهتمام باستخدام الأسلوب العلمى فى التخطيط السياحى لتحقيق التنمية السياحية فى مصر ، بحيث يقوم على استخدام الوسائل الاحصائية والتحليلية لقياس حجم الطلب السياحى .
- وضع خطة سياحية شاملة ملزمة لجميع القطاعات والوحدات المكونة للقطاع السياحى فى مصر تحدد دور هذه القطاعات والوحدات والأهداف المطلوب منها تحقيقها .

- ارتباط خطة التنمية السياحية فى مصر ارتباطا عضويا بالخطة العامة للدولة من حيث ترابط الأهداف العامة لهما ، وتحقيق النمو المتوازن للقطاع السياحى فى مصر .

- التوسع فى تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار السياحى ، وذلك بمنح المستثمرين السياحيين فى مناطق سياحية جديدة تسهيلات كثيرة .

- الأهتمام بتنمية أنماط سياحية جديدة .

- اعداد خطة تدريبية على أسس علمية لتدريب العاملين فى القطاع السياحى بمصر سواء الحكومى أو العام أو الخاص ، للارتفاع بمستوى مهاراتهم الفنية والادارية فى العمل السياحى بمختلف مجالاته ، كذلك الاهتمام باختيارهم اختيارا علميا وفق معايير موضوعية .

- التوسع فى استخدام الطيران الخاص (الشارتر) فى مصر ، بعد أن ثبت نجاحه وفاعليته فى الدول السياحية المتقدمة ، وأصبح ضرورة من ضرورات التنمية السياحية فى هذه الدول لامكانية نقل الأفواج السياحية بأسعار مناسبة تقل كثيرا عن أسعار النقل الجوى المنتظم .

- وضع استراتيجية متكاملة للتنشيط السياحى داخليا وخارجيا تقوم على اطار مدروس يحقق الدراسة الوافية والاستفادة الكاملة من كل مكونات المزيج التسويقى السياحى .

- التوسع فى الاعفاءات الضريبية للمشروعات السياحية الجديدة ، لتشجيع الاستثمار فى المجالات السياحية ، على أن يكون الاعفاء كليا من ضرائب الدخل خلال الخمس سنوات الأولى من بدء النشاط ، ثم يصبح الاعفاء جزئيا خلال ١٠ : ١٥ سنة التالية .

- الاستمرار فى منح الاعفاءات الجمركية على الواردات السياحية من المعدات والأدوات والتجهيزات الفندقية اللازمة لتشغيل وتطوير وتجديد المزارات السياحية والفندقية المختلفة وتجهيزها للعمل بكفاءة ونجاح أسوة بما هو متبع فى دول سياحية أخرى مثل : المغرب وتونس .

— زيادة الاعتمادات المخصصة لميزانية التنشيط السياحى لمصر بالخارج ، حيث نلاحظ أن هذا المخصص ضئيل بالمقارنة بالاعتمادات التى تخصصها دول عربية مثل تونس لميزانية التنشيط السياحى لها بالخارج ، فانشاط الاعلامى والاعلانى له أهمية كبرى لتحقيق التنمية السياحية ، فمهما بلغت نفقاته فان العائد سيكون حتما أكبر بكثير مما أنفق على وسائل التنشيط السياحى المختلفة ، ويمكن زيادة الميزانية بوسائل عديدة ، مثل : فرض رسوم سنوية على المنشآت السياحية والفندقية للاسهام فى تحمل هذه النفقات الاعلامية والدعائية للوقوف أمام تيارات الدعاية للدول السياحية المنافسة .

- الاهتمام بالسياحة الداخلية فى مصر باعتبارها محرك رئيسى من محركات التنمية السياحية ، لأن النهوض بالسياحة المحلية والاهتمام والعناية بمستوى ما تقدمه الدولة من خدمات عامة وتسهيلات سياحية ينعكس مباشرة على الزيادة فى الحركة السياحية الدولية والمحلية ، مما يتيح الفرص للتوسع فى الاستثمار السياحى الموجه الى المناطق السياحية فيؤدى هذا الاستثمار الى تحقيق تنمية سياحية حقيقة .

تذكر أن

١.. **الدخل القومى :**

" قيمة السلع والخدمات التى يتم انتاجها خلال فترة زمنية تقدر بسنة ، مقومة بالأسعار الجارية .. وهذا يعنى أن الدخل القومى يمثل المجموع الكلى لدخول الأفراد خلال فترة معينة نتيجة اسهامهم فى انتاج السلع والخدمات "

وتتمثل الدخول فى العوائد الآتية : -

١. الأجور . ٢. الريع .

٣. الفوائد . ٤. الربح .

∴ الدخل القومى = أجور + ريع + فائدة + ربح

٢.. **علاقة الدخل القومى بالناتج القومى :**

" يتم قياس حجم الدخل القومى بطريقة الناتج القومى .. وذلك باحصاء قيمة كل من السلع والخدمات التى يتم انتاجها خلال سنة ، وتتخذ طريقة الحساب الصورة التقليدية التالية :

الناتج القومى الاجمالى = الكمية المنتجة من السلع أ × ثمنها

+ الكمية المنتجة من السلع ب × ثمنها

+ الكمية المنتجة من السلع ج × ثمنها

ومن المشاكل التى تثيرها هذه الطريقة هى صعوبة تقدير قيمة السلع التى لايتم تداولها فى السوق ، وهذه الظاهرة تشير الى السلع التى يتم استهلاكها بواسطة منتجيها ، فكثيرا مايقوم المزارع مثلا باستقطاع جزء من انتاج مزرعته واستهلاكه لشخصه وعائلته ، دون أن يظهر هذا الانتاج فى السوق .

وكذلك بعض الخدمات التى تثير الصعوبات فى حسابها .. ومن هذه الخدمات : القيمة الايجارية لسكان يمتلكون مساكنهم ، ولايدفعون بالتالى أجور الخدمة .

٣.. **علاقة الدخل القومى بالانفاق القومى :**

ان حصول الأفراد على نصيبهم فى الدخل القومى لابد أن يكون عن طريق انفاق المجتمع على السلع والخدمات . هذا الانفاق الذى لابد بطريقة أو بأخرى أن يعادل تماما قيمة الدخول ، والتى يحصل عليها أصحاب عوامل الانتاج

ويقسم الانفاق الذى يحدث فى المجتمع الى عدة نواح :

- الانفاق على الاستهلاك والاستثمار والانفاق الحكومى وصافى الصادرات
الدخل القومى = الانفاق على الاستهلاك + الانفاق على الاستثمار
+ الانفاق الحكومى + (الصادرات - الواردات)

٤.. تعريف المقايضة :

" المقايضة هى مبادلة سلعة تملكها مقابل سلعة سلعة أو خدمة أخرى مع شخص آخر ، بشرط أن تتوافق رغبات الشخصين المتقايضين ، وتكون المبادلة مباشرة بدون وسيط وبغير استخدام النقود " .

٥.. وظائف النقود :

- النقود مقياس للقيمة .
- النقود وسيط للتبادل .
- النقود مستودع للقيمة (وسيلة للادخار) .
- النقود وسيلة للدفع المؤجل .

٧.. البنـــــــــوك :

يعرف البنك التجارى بأنه : " المنشأة التى تتعامل مع الائتمان أو الدين ، فيحصل على ديون الغير بقبول ودائعهم ، ويعطى مقابلها وعودا بالدفع عند الطلب أو بعد أجل قصير ، ثم يستخدم هذه الودائع فى تقديم ائتمانا أو قروضا للغير " .

وظائف البنــــوك :

قبول الودائع من الأفراد والمنشآت ، وقد يكون ذلك فى شكل ودائع تحت الطلب أى (حساب جارى) .

- منح القروض والحصول على فوائد أعلى .
- خلق النقود المصرفية كوسائل دفع .
- المشاركة فى بعض المشروعات الاقتصادية .
- فتح اعتمادات للمستوردين ، وبذلك تساهم فى دعم التجارة الخارجية .
- استبدال العملات الأجنبية وتحقيق عائد يتمثل فى الفرق بين أسعار البيع والشراء .
- تأجير خزائن للأفراد لحفظ الأشياء الثمينة .
- خلق الودائع المصرفية .

٨. التجارة الخارجية :

• أوجه الاختلاف بين التجارة الداخلية والتجارة الخارجية :

١. تتم التجارة الخارجية بين مجتمعات منفصلة عن بعضها البعض .
٢. تستخدم كل دولة فى تجارتها الداخلية عملة معينة .
٣. اختلاف تكاليف انتاج مختلف المنتجات من بلد الى أخرى ، ولذا فقد توجد ميزة نسبية فى انتاج سلع معينة .
٤. التفاوت بين الدول فى نشاط التجارة الخارجية طبقا لقواعد وسياسات معينة (مثل اجراءات حماية الصناعة فى الدول النامية) .

• أسباب قيام التجارة الخارجية :

- اختلاف الظروف المناخية .
- اختلاف درجة التقدم التكنولوجى .
- التشتت الجغرافى للمعادن .
- تفاوت درجة المهارة العملية .

• أهم أهداف فرض الرسوم الجمركية :

- تمويل خزانة الدولة .
- حماية الصناعات الناشئة .
- المحافظة على مستوى الأجور المحلية والقضاء على البطالة .
- علاج الاختلال في ميزان المدفوعات .

٩.. التنمية الاقتصادية :

يقصد بها : " التغييرات الاقتصادية التي تحدث في المجتمع بفعل توجه مقصود مستهدف ، ويترتب على ذلك زيادة في الدخل القومي الحقيقي ونصيب الفرد منه " .

أهداف التنمية الاقتصادية :

١. تعجيل معدل نمو الناتج القومي .
٢. رفع مستوى المعيشة .
٣. تغيير هيكل البنيان الاقتصادي .

١٠.. يجب مراعاة النواحي الآتية للاستفادة بالموارد الاقتصادية في التنمية السياحية :

أ .. الاطار الطبيعي الذي يمثل الاحتياجات الضرورية للنشاط السياحي .
ب .. طريقة استغلال الموارد السياحية وتسهيل الوصول اليها .
جـ.. السوق السياحي الدولي والمحلي وعلاقة ذلك بطريقة تهيئة واعدادالمنتج السياحي .
د .. التوزيع السكاني وتطوير حركة العمران بالمنطقة وأحوال السكان ومستوى المعيشة .
هـ.. الربط بين مشروعات التنمية الاقتصادية بالبلاد .

١١.. محددات التنمية السياحية بالدول النامية :

١. توفير التسهيلات السياحية بأسعار مناسبة .
٢. الموقع الجغرافي .
٣. طبيعة ومصدر الاستثمارات في السوق السياحي .

٤. توفير حوافز للمشروعات السياحية .

٥. التخطيط السياحى الواعى .

٦. التسويق السياحى النشط .

٧. التنظيم السياحى الفعال .

٨. التعاون السياحى الاقليمى الدولى .

١٢. أهداف التنمية السياحية :

١. رفع مستوى معيشة المواطنين . ٢. تحقيق التوظف الكامل فى المجتمع .

٣. علاج مشكلات ميزان المدفوعات . ٤. تنويع الصادرات .

١٣. متطلبات التنمية السياحية فى مصر :

أولا : المتطلبات البيئية للتنمية السياحية – وتشمل :

- الاهتمام بوضع السياسات التخطيطية البيئية للمناطق السياحية .
- نشر الوعى السياحى .
- الاهتمام باستغلال نهر النيل سياحيا .
- توجيه المواطنين بواسطة وسائل الاعلام المختلفة للالتزام بقواعد السلوك الاجتماعى .

ثانيا : المتطلبات العامة للتنمية السياحية – وتشمل :

- الاهتمام باستخدام الأسلوب العلمى فى التخطيط السياحى .
- ارتباط خطة التنمية السياحية فى مصر بالخطة العامة للدولة .
- التوسع فى تشجيع القطاع الخاص على الاستثمار .
- الاهتمام بتنمية أنماط سياحية جديدة .
- اعداد خطة تدريبية على أسس علمية لتدريب العاملين فى القطاع السياحى .
- التوسع فى استخدام الطيران الخاص (الشارتر) .
- التوسع فى الاعفاءات الضريبية للمشروعات السياحية الجديدة .
- الاهتمام بالسياحة الداخلية فى مصر .

... الفصل الرابع ...

عناصر النشاط السياحي .. وخصائصه

.....

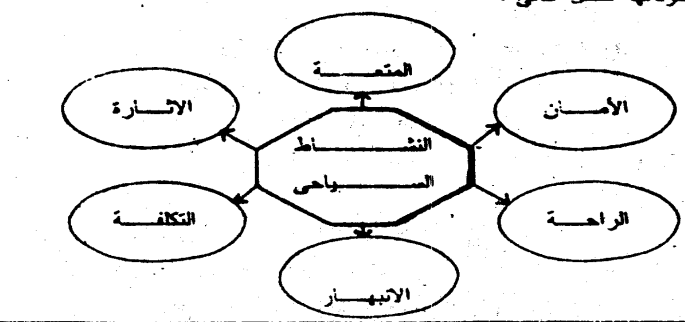
من تعريفنا السابق للبرنامج السياحي بأنه عبارة عن مجموع الخدمات التى تقدمها المنشأة السياحية للسائح خلال فترة معينة وبتكلفة معينة ، وبمعنى آخر مجموع المنافع التى تقدم للسائح وتعمل على اشباع احتياجاته ورغباته خلال فترة معينة بشكل معين ، وبتكلفة معينة

ومن ثم فإن النشاط السياحي يتضمن عادة مجموعة من العناصر المتكاملة التى ترتبط بعضها ببعض فى علاقة وثيقة ، بحيث يشمل كافة أنواع العمليات والأنشطة التى تقوم بهذه الوظيفة ابتداء من وكالات السفر وشركات النقل والطيران والفنادق وشركات السياحة والمطاعم ... وغيرها ، والتى سيتعامل معها السائح منذ بدء تفكيره فى الرحلة ، وحتى عودته منها .

ومن هنا فإن النشاط السياحي يحتاج الى تعاون وتضافر ومشاركة كل العاملين فى هذا المجال ، ومن ثم يتعين الحرص على أن تتكامل الأنشطة السياحية وتؤدى بالشكل المناسب ، حتى يتحقق الاشباع السياحي المطلوب للسائح .

١ . عناصر النشاط السياحي :

ان الأنشطة السياحية هى أنشطة شديدة الحساسية ذات طبيعة خاصة يوضح مكوناتها الشكل التالي :



فمن خلال الشكل السابق يتضح لنا أن للنشاط السياحى طبيعة خاصة ، تجعله يختلف عن غيره من [illegible] الاقتصادية التى يمارسها الانسان ، وأن هذه الطبيعة الخاصة تجعله شديد الحساسيه والتأثر بالمتغيرات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية ، ومن ثم فإنه من الضرورى تفهم ملامح هذه الطبيعة الخاصة التى تتمثل أبعادها فى الآتى :

١.. الأمـــــان :

السياحة كنشاط يتأثر بشدة بمدى احساس السائح بالأمان ، وأنه غير مهدد بخطر من الأخطار التى تهدد حياته أو ممتلكاته ، وعلى هذا يلاحظ أن الدول والمناطق غير المستقرة سياسيا أو التى تهددها الحروب بينها وبين جيرانها ، أو التوترات الاجتماعية والحروب الأهلية تعتبر من أفقر الدول والمناطق سياحيا ، فى حين تنتعش المناطق التى تنعم بالأمن والسلام ، ويضاف الى هذا العامل أيضا عامل هام ، وهو مقدار الوعى السياحى لدى أفراد الشعب فى المنطقة التى يزورها السائح ، فكلما كان هذا الوعى مرتفعا كلما أحس السائح بالأمان وبالصداقة والروح الاجتماعية ، وعدم احساسه بالغربة أو الاغتراب ، وكلما كان هذا دافعا له على أن تمتد اقامته السياحية بالمنطقة واستمرار تردده عليها سواء لاستجلاب الذكريات السعيدة الماضية أو لاحياء مجموعة صداقاته ومعارفه ومعاملاته فى هذه المنطقة .

٢.. التكلفـــــة :

تعد التكلفة التى يتحملها السائح من أهم محددات العملية السياحية ، فكلما كانت التكلفة محدودة كلما كان هذا دافعا على زيادة تعامل السائحين على مزيج الخدمات السياحية التى تقدمها والعكس صحيح .

وعادة ما ترتبط التكلفة بمقدار النصيب النسبى من اجمالى الدخل الذى يحصل عليه السائح ، فكلما كان هذا الدخل مرتفعا كلما كان الجزء المخصص منه للسياحة كبيرا ، وهو ما نلاحظه من أن أكثر الدول المصدرة للسياح ، هى تلك الدول التى يتمتع مواطنيها بدخل مرتفع مثل (الولايات المتحدة الأمريكية / الدول الأوروبية الكبرى / دول الخليج العربى / اليابان ... الخ) .

٣.. الانبهـــار :

يعد الانبهار أعلى مراحل الاعجاب التى يمر بها السائح عند زيارته للمنطقة السياحية ، ويتولد الانبهار نتيجة الفرق بين الانطباع الذى كان لدى السائح عن المنطقة السياحية قبل زيارته لها والذى استقاه من مجموعة المعارف أو القراءات عنها ، وبين الانطباع الايجابى والاعجاب بما يراه اثناء وبعد زيارته لها .

ومن هنا كان العمل على تطوير وتنمية عناصر الجذب السياحى فى المناطق السياحية وتحسين جودتها وأساليب تقديمها واظهارها للسائح تساعد على تحقيق عنصر الانبهار المطلوب للعملية السياحية .

٤.. الراحـــة :

وبمقتضى هذا العامل يتعين توفير سبل الراحة اللازمة للسائح وتقليل الجهد الذى سيبذله فى سبيل الحصول على مجموعة المنافع التى ستحققها له الخدمة السياحية التى تعاقد عليها ، وكلما كانت قدرة المنشآت السياحية على توفير الراحة للسائح كبيرة ، استطاعت جذب مزيد من السائحين ، وتنشيط حركة التعامل على خدماتها السياحية والعكس صحيح تماما .

ويقوم هذا العامل بدور هام فى سياحة رجال الأعمال وكبار السن الباحثين عن الاستجمام والهدوء والسكينة هروبا من الضوضاء ومتاعب العمل والزحام ... الخ

٥.. الاثـــارة :

ويقوم هذا العامل بدور هام فى سياحة الشباب الذى يبحث عن كل مثير وغريب ، وغير مألوف ، ولامانع من أن يكون لديه بعض الخطر الذى يمكن تلافيه أو الوقاية والحماية منه .

ولعل أهم أنواع هذه السياحة ، سياحة الأدغال الأفريقية حيث الاثارة متوافرة ، وسياحة الرياضة الخطرة كتسلق الجبال الشاهقة ، أو رياضة التسابق بالسيارات فى الصحارى (الرالى) .

٦.. المتعـــة :

ان عنصر المتعة يصعب تعريفه باعتباره عنصر معنوى يختلف من فرد الى آخر ، ولذلك فان له أبعاد يمكن من خلالها التعامل بها سياحيا بشكل ناجح ، أهمها مايلى : - اشعار السائح أنه محور الاهتمام ، وأنه محل تقدير وترحيب من جانب جميع الذين يتعاملون معه .

- احساس السائح أن مزيج الخدمات السياحية الذى تقدمه قد تم تصميمه من أجله هو ، وأنه عمل خصيصا لإرضائه .
- الحرص على توفير ما يطلبه السائح من خدمات سياحية بشكل فورى .
- اشعار السائح أنه متميز بشكل كبير عن باقى أفراد المجتمع ، وأن كل شيء قد تم اعداده من أجل راحته واستمتاعه بالبرنامج السياحى الذى تعاقد عليه . .

• الخدمات السياحية :

للخدمة السياحية طبيعة خاصة فى تسويقها تجعلها تختلف عن عملية تسويق غيرها من المنتجات او الخدمات بما لها من خصائص خاصة تميزها .. نعرضها بايجاز فيما يلى :

١ - الخدمة السياحية خدمة معنوية غير ملموسة أو محسوسة :

فالخدمة السياحية خدمة غير مادية ، بمعنى أن هذه الخدمة لايمكن الامساك بها أو الكشف عنها ، ومن ثم تكون عملية تسويقها واقناع السائحين بها عملية ليست بسيطة ، حيث تحتاج الى قدرات ومهارات خاصة من رجل التسويق السياحى .

٢ - الخدمة السياحية متكاملة فى ذاتها :

حيث يصعب تقسيمها أو تجزئتها ، فهى كل متكامل ، مترابط العناصر والأجزاء ، بعكس السلع المادية التى يمكن تجزئة وحدتها الى أجزاء صغيرة ، ومن هنا فإن البرنامج السياحى حتى ينجح بفاعلية كاملة يجب التأكد من تكامله وترابطه بدءا من حجز البرنامج (التعاقد) ومرورا بحجز وسيلة الانتقال وحجز الاقامة والاعاشة حتى حجز أماكن الترفيه والرحلات الداخلية .

٣ - اعتماد الخدمة السياحية على عنصر التسويق الشخصى :

حيث يعد العامل البشرى أكثر العوامل تأثيرا فى التسويق السياحى ، فالاتصال الشخصى بين السائح ورجل التسويق السياحى هو العنصر الأشد فاعلية فى ترويج البرامج السياحية وتنشيط التعاقدات عليها ، ومن هنا يتعين الاهتمام بحسن اختيار وتدريب واعداد رجال التسويق السياحى وتوجيههم والاشراف عليهم .

• **مقومات النشاط السياحي :**

يعتمد النشاط السياحي على تقديم منتج معين هو المنتج السياحي ، وهو في حقيقته منتج مركب ، فهو مزيج من مجموعة عناصر أو عوامل متعددة .

وتنقسم هذه العناصر على النحو التالي :

أولا : عوامل الجذب السياحي :

وهي عوامل تحدد اختيار السائح لزيارة مكان معين دون غيره ، وهي تؤثر في تدفق السائحين الى المكان المقصود . وعلى سبيل المثال اختيار الذهاب لرؤية الأهرام أو معبد ابو سمبل أو حضور مؤتمر أو مشاهدة مهرجان فني أو زيارة الأماكن المقدسة أو الاستمتاع بالشواطيء أو رياضة الغوص ... الخ .

أ. المقومات الطبيعية :

وتشمل المناخ والبحار والبحيرات والأنهار والجبال والعيون المعدنية والصحارى والغابات والشلالات وغيرها .

ولاشك أن اختيار هذه الأماكن يستهدف التمتع بجمال الطبيعة والابتعاد عن التلوث والازدحام ، وليس غريبا أن تحتل السياحة الترويحية لهذه الاعتبارات نصيبا كبيرا من النشاط السياحي في العالم .

ب . المقومات التاريخية والأثرية :

وتشمل التعرف على الحضارات والتاريخ الانساني من خلال المعالم الأثرية ، وتوجد بمصر أهم مجموعة أثرية في العالم كأهرامات الجيزة وسقارة وابي الهول ، ومعابد الكرنك ومقابر الملوك والملكات بالأقصر ، ومعابد فيلة وكلابشة بأسوان وابي سمبل بأبي سمبل .

جـ . المقومات الاجتماعية والدينية :

وهي تشمل تعرف السائح على حياة الشعوب مثل زيارة خان الخليلي والموسكي (بالقاهرة القديمة) بالاضافة الى زيارة الأماكن الدينية مثل المساجد القديمة أو دير سانت كاترين في سيناء ... الخ .

د . المقومات الحديثة :

وهى تشمل التعرف على علامات التطور الحضارى الحديث مثل المشروعات الضخمة مثل السد العالى وقناة توشكى وقناة السويس والكبارى العلوية ومترو الانفاق .

ثانيا : التسهيلات السياحية :

وتتضمن عنصرين ، هما :

١.. اماكن الاقامة :

حيث يقضى فيها السائح جزءا كبيرا من وقته ، وينفق فيها قدرا وافرا من ماله ، ويرتبط نجاح البرنامج السياحى ارتباطا وثيقا بكيفية اعداد برنامج الاقامة كالفنادق والموتيلات وفنادق المصايف والمشاتى بالاضافة الى التخييم والكرافانات ونظام المشاركة الزمنية .

٢.. وسائل النقل المستخدمة :

تمثل أهمية كبرى للعمل السياحى سواء كان فى اطار النقل الجوى أو البحرى أو النهرى أو البرى ، والتطور فى وسائل النقل يؤدى الى تطور مماثل فى الحركة السياحية . فالنقل السياحى يسهل الوصول الى اماكن الجذب السياحى ، ويجعلها فى متناول السائحين بالاضافة الى الاهتمام بالموانىء الجوية والبحرية والطرق البرية السريعة وغيرها .

ثالثا : مجموعة الأنشطة المساعدة :

والى جانب أنشطة الاقامة والنقل توجد أنشطة أخرى تكمل الخدمات السياحية مثل المطاعم ودور اللهو والتسلية وبيع الآثار المقلدة والهدايا ومحال التصوير والصناعات اليدوية كصناعات خان الخليلى ، وتسمى بالأنشطة المساعدة .

رابعا : مشروعات البنية الأساسية :

وهذه المشروعات تعتبر ضرورية لتلبية احتياجات السائحين ، ومن أمثلة هذه المشروعات : المطارات والشوارع والطرق السريعة ، بالاضافة الى المرافق كالمياه والنور والصرف الصحى ووسائل الاتصال ، فهى مشروعات خدمية وذات منافع عامة تساعد المشروعات السياحية (الفنادق والمطاعم وغيرها) فى القيام بعملها ، كما تمكن الأفراد (سائحين وغيرهم) من الحصول على هذه الخدمة .

٢.. الخصائص الاقتصادية للنشاط السياحى :

تعتبر السياحة صناعة متميزة لاعتبارات متعددة ، من أهمها :

١.. أن السياحة تعتبر صادرات غير منظورة ، فهى لاتتمثل فى ناتج مادى يمكن نقله من مكان الى أخر ، وهى تعتبر واحدة من الصناعات القليلة التى يقوم فيها المستهلك بالحصول على المنتج بنفسه من مكان انتاجه ، ومن ثم فان الجهة المصدرة للمنتج السياحى (الدولة المضيفة) لاتتحمل نفقات خارج حدودها الا اذا كانت وسيلة النقل التى يستخدمها السائح مملوكة للجهة المصدرة .

٢.. أن المنتج السياحى المتمثل فى عوامل الجذب السياحى أو المغريات السياحية (الطبيعية والتاريخية والأثرية ... الخ) لايباع الا من خلال السياحة ، فهذه المغريات لاتدر عائدا بطبيعتها الا اذا بيعت فى شكل منتج سياحى ، وهذا المنتج لايباع فى معظم الأحوال بغير وجود سلع وخدمات مساعدة هى التسهيلات السياحية التى يجب أن تتواجد جنبا الى جنب مع المغريات السياحية ، وتتمثل هذه التسهيلات فى أربعة مجموعات ، هى :

أ - مشروعات البنية الأساسية :
كشبكات الطرق والخدمات المرفقية (مياه - كهرباء - صرف صحى ... الخ) ووسائل الاتصال وتوفر الأمن ، وغيرها .

بـ - منشآت الاقامة : كالفنادق وغيرها من وسائل الاقامة التكميلية (المخيمات - القرى السياحية ، وغيرها)

جـ- مشروعات النقل السياحى البرى والبحرى والجوى .

د - المنشآت السياحية الترويحية وغيرها كدور اللهو والتسلية ومحال بيع التذكارات والسلع السياحية وغيرها .

٣.. أن المنتج السياحى منتج مركب ، فهو مزيج من مجموعة عناصر متعددة تسهم فى تقديم المنتج السياحى ، وهى عناصر تتكامل مع بعضها البعض ، كما تؤثر فى القطاعات الأخرى فى المجتمع ، وتتأثر بها .

فالسائحون يستهلكون مجموعة من السلع والخدمات ، منها ما يتعلق بالسلع والخدمات التى تبيعها المنشآت السياحية كالاقامة والطعام والشراب والنقل والهدايا والتذكارات ودور اللهو ... الخ . ومنها ما يتعلق بالسلع والخدمات التى تبيعها غيرها من المنشآت الأخرى (التجارية مثلا) ومنها ما يتعلق بتسهيلات البنية الأساسية والخدمات الأخرى فى البلد المضيف .

وهذه المنتجات تتكامل مع بعضها البعض بحيث لو انخفض مستوى السلعة أو الخدمة (فى الفنادق أو المطاعم أو النقل أو الاجراءات الجمركية ... الخ) انخفض التدفق السياحى ، وتأثرت العناصر التى تسهم فى تقديم المنتج السياحى ، فصناعة السياحة صناعة متكاملة ، وبالمثل لو ارتفع مستوى السلعة أو الخدمة زاد التدفق السياحى ، وتأثرت العناصر وأثرت فى القطاعات الأخرى فى المجتمع (دخل ، عمالة ، ... الخ) .

٤.. أن السياحة الدولية منتج تصديرى ، يتعرض فى بعض الأحوال الى درجة من عدم الاستقرار ، لأنه يتعلق بتأثيرات من القوى الخارجية ومرونة عالية بالنسبة لكل من السعر والدخل - لأسباب ، من أهمها :

أ - تعرض الطلب السياحى للتأثيرات الخارجية ، فقد تتعرض السياحة الدولية لتأثيرات من خارج الدولة كوجود اضطرابات سياسية أو تغيرات فى أسعار صرف العملات ، وخصوصا العملات القوية ، وتغيرات مناخية غير المتوقعة ، بالاضافة الى قرارات الدول بالرقابة على النقد ، وتحديد حجم النقد الذى يصرح للسائحين الخروج به .

ب - تميز السياحة بمرونة عالية لكل من السعر والدخل ، وهذا يعنى أن القرارات السياحية يمكن أن تتأثر كثيرا بالتغييرات الكثيرة فى الأسعار والدخول ، وبالنسبة للمرونة السعرية فإنه يمكن تحديدها بسهولة بالمقارنة بالمرونة الدخلية ، نظرا الى أن آثار المرونة السعرية تكون سريعة ، أما التغيرات فى الدخول فإنها تكون بصفة عامة أكثر تدرجا ، ومن ثم يتم تحديدها بعد فترة من الزمن تقدر عادة بسنة .

جـ- موسمية النشاط : ان النشاط السياحى فى غالبيته نشاط موسمى ، وهناك عوامل تؤدى الى الموسمية ، أهمها تركيز الاجازات المدرسية والاجازات فى المنشآت الصناعية وغيرها فى موسم معين ، كما أن العوامل المناخية والجغرافية فى كل من الدول المصدرة والمستقبلة للسائحين تدعو الى هذه الظاهرة ، ومن الواضح أن سياحة الاجازات تمثل قدرا كبيرا من النشاط السياحى ، وهى التى تدعم هذه الظاهرة ، أما الأشكال الأخرى من النشاط السياحى (سياحة الأعمال وسياحة المؤتمرات مثلا) فلا تكون لها علاقة بالموسمية ، مثلما تكون هذه العلاقة فى سياحة الاجازات .

وتقضى الموسمية فى النشاط الى عدة أمور :

الأمر الأول : تؤدى عدم قابلية المنتج السياحى للتخزين أو النقل من مكان الى آخر الى ضرورة أن تكون الأرباح المكتسبة خلال فترة الموسم كافية لمواجهة التراجع خلال الفترات الباقية من السنة .

الأمر الثانى : ضياع الموارد نتيجة لتعطل الطاقة الانتاجية فى الفترات غير الموسمية ، مما يؤدى الى وجود بطالة موسمية .

الأمر الثالث : أن التوسع فى العرض خلال فترة الذروة الموسمية يؤدى الى زيادة التركيز الموسمى .

وقد بذلت بعض المحاولات للتخفيف من مشكلة الموسمية فى القطاع السياحى ، نذكر منها على سبيل المثال :

- اطالة موسم الاجازات توسيعا لفترة النشاط الموسمى من خلال تعديل التوزيع الزمنى للطلب السياحى ، كأن توزع مواعيد الاجازات بحيث تكون متعاقبة .

- تقرير اجازات مدفوعة الأجر مرتين أو أكثر فى السنة ، وهو اتجاه قوى فى الدول المتقدمة ذات الدخل الفردى المرتفع ، وخصوصا تلك الدول التى يسود فيها شتاء قارص مثل دول اسكندنافيا وكندا وشمال الولايات المتحدة .
- تخفيض الأسعار فى غير فترات الذروة الموسمية لايجاد نوع جديد من الطلب تحفزه الأسعار التمييزية .

ومع ذلك يجب أن يكون معلوما أن مشكلة الموسمية لايمكن أن تزول تماما ، وهذه نقطة هامة يجب أن تكون فى ذهن واضعى التخطيط السياحى ، فالمشروع السياحى أو الفندقى يجب أن يراعى فى نشاطه معدلا معينا من التشغيل أو الاشغال .

والسياحة كنشاط اقتصادى ينطوى على عدد من الخصائص ، منها :

١. تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحى وارتباطها بالكثير من الأنشطة الاقتصادية الأخرى (صناعية ، خدمية) .
٢. أن مدى ملاءمة المناخ السياحى بمفهومه الشامل (الاستقرار السياسى ، درجة التقدم الاقتصادى ، عدم وجود اتجاهات عدائية تجاه الأجانب ... وغيرها) من العوامل المؤثرة على الطلب على المنتج السياحى محليا ودوليا .
٣. أن الطلب السياحى لايتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقدرات والخدمات والتجهيزات (أى العرض السياحى) وغيرها من العوامل كأسعار خدمات السياحة الأساسية أو التكميلية .
٤. تأثر الطلب السياحى بمستوى الرفاهية الاقتصادية فى الدولة والدول الأخرى ، والتقدم التكنولوجى فى وسائل المواصلات والاتصال والتقلبات الاقتصادية (كالكساد والرواج) بالاضافة الى عوامل ثقافية وسياسية يصعب على الدولة التأثير والتحكم فيها .
٥. ارتباط صناعة السياحة كنشاط انتاجى يقدم خدمات ذات طبيعة خاصة بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية فى الكثير من الدول النامية والمتقدمة على حد سواء .
٦. عدم سيادة المنافسة الصناعية أو حتى احتكار القلة فى الكثير من الحالات الخاصة بالنسبة لبعض المقومات والموارد السياحية النادرة ، وصعوبة قيام بعض الدول بانتاج سلع سياحية بديلة .

٧. تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها مما يترتب عليه تنوع واختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها .

٨. ارتباط الطلب على الموارد والخدمات السياحية بدولة ما بدوافع ذاتية لدى جمهور السائحين ، أو بمعنى آخر أن الطلب السياحي في معظم الحالات يتصف بدرجة عالية من المرونة .

٩. رغم توافر صفة عدم المرونة للطلب على نوع معين من أنواع السياحة كالتاريخية أو الدينية ، فإن الطلب السياحي يتوقف والى حد كبير على القدرة المالية للسائح (خاصة أن الطلب السياحي في جملته لايرتبط باشباع حاجة ضرورية كالمأكل أو المشرب مثلا) .

١٠. في معظم الحالات لايمثل الطلب السياحي طلبا مشتقا على سلع أو منتجات أخرى لذات الدولة ، فباستثناء سياحة المؤتمرات أو الأعمال مثلا ، فإن زيادة الطلب على بعض منتجات الدولة غير السياحية قد يكون مشتقا من الطلب على مواردها وخدماتها السياحية أو نتيجة له

١١. أن الطلب السياحي لايتصف عادة بصفة التكرار ، أي أن تحقق درجة عالية من الاشباع أو الرضا لدى السائح لايعني بالضرورة قيامه بتكرار الزيارة للبلد المعين .

١٢. أن العرض السياحي خاصة بالنسبة للمقومات التاريخية والطبيعية مثلا ، يتصف بعدم المرونة في الأجل القصير .

ان توافر الخصائص السابقة وغيرها من القوى والمتغيرات البيئية الداخلية والخارجية التي تمارس تأثيرا مباشرا أو غير مباشر على الطلب السياحي ، يضيف الكثير من الصعوبات التي تواجه القائمين على التخطيط السياحي في دولة ما .

ومن واقع هذه الخصائص المميزة للنشاط السياحي ، فإن ثمة ضرورة تحتم تدخل الأجهزة الرسمية لوضع السياسات اللازمة لتوفير الخدمة السياحية الجيدة ، وتحقيق التنسيق والتعاون بين كافة منتجي الخدمات ، وكذلك الذين يقومون على بيعها وتقديمها للسائحين في اطار التخطيط السليم والرقابة الفعالة .

ومن أهم العوامل المرتبطة بخصائص النشاط السياحي ، والتي لها تأثير كبير على الجهود التسويقية لوكالات السياحة والسفر ، نذكر ما يلي :

أ.. ارتباط الطلب السياحى بسياسات التسعير والترويج وشروط تقديم الخدمة السياحية التى تتنوع وسائل تقديمها ، مما يستوجب التنسيق المستمر والتدرج الفعلى بين المكونات العديدة بشكل يتفق مع ظروف وتركيب وحجم الطلب السياحى على مستوى المنطقة السياحية أو على مستوى الدولة ككل ، واهمال تحقيق هذا التوازن يؤدى الى مشاكل عديدة فى انسياب حركة السياحة .

بـ .. مسئولية الجهاز الحكومى عن تحقيق البناء المتوازن للقطاع السياحى ، والعمل على اقامة علاقات متناسبة بين الطلب المرتقب والخدمات أو المنتج السياحى الذى يمكن أن تقدمه الدولة ، ويرتبط بذلك التسهيلات السياحية .

جـ.. ضرورة الاهتمام بإبراز الصورة الذهنية الطيبة للبلاد ككل ، والمنطقة السياحية المعنية أيضا ، عن طريق تواجد الجهد الترويجى والتنشيطى الذى تقوم به الدولة عن طريق مؤسساتها فى الخارج ، سواء عن طريق السفارات أو المكاتب السياحية التابعة – ان وجدت .

٣.. التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي في البلاد النامية ، ومنها مصر :

مما لاشك فيه أن التأثير الاقتصادى للنشاط السياحى ، يعتبر أهم التأثيرات على الاطلاق ، ولقد سبق الاشارة الى هذه التأثيرات فى الفصل الأول ، ويمكننا أن نوجز أهم التأثيرات الاقتصادية فى النشاط السياحى فيما يلى :

أ.. زيادة النمو الاقتصادى :

اى زيادة الناتج فى المجتمع ، فقد حققت السياحة نموا سريعا فى الفترة الأخيرة سواء بالنسبة للسياحة الدولية أو السياحة الداخلية ، وأصبحت السياحة تمثل مكانا مرموقا فى مجال العلاقات الاقتصادية الدولية ، ويفوق نمو المصادرات الأخرى ، وأصبحت السياحة منذ أواخر الثمانينات من هذا القرن من أهم ثلاث صادرات فى العالم .

وتعتمد دول كثيرة متقدمة ونامية على السياحة فى توظيف عوامل الانتاج وزيادة الناتج القومى فضلا عن الرواج الاقتصادى فى مناطق الزيارات السياحية نتيجة لما ينفقه السائحون لشراء السلع والخدمات .

ويمتد النمو السياحى ليشمل كل الأقاليم فى البلد نتيجة لتنفيذ المشروعات السياحية فى المناطق الجديدة ، مما يؤدى الى ايجاد نوع من التوازن الاقتصادى الاقليمى فى المجتمع نظرا الى أن كثيرا من المشروعات السياحية تقام بعيدة عن المناطق الصناعية والتجارية .

ب.. زيادة الدخل فى المجتمع :

ويلاحظ أن انفاق السائحين على شراء السلع والخدمات فى الدولة التى زاروها ، لايعتبر دخلا لمن حصلوا عليه فقط ، وإنما يتعدى فى آثاره الى أبعد من ذلك - سبق بيان ذلك عند دراسة دورة الانتاج والتوزيع بالفصل الأول - والآن نذكر الطالب بأسلوب آخر . فعندما يسدد السائح مبلغا من المال مقابل الخدمات التى حصل عليها كالاقامة فى أحد الفنادق مثلا ، فإن هذا المبلغ يعد دخلا للفندق الذى يقوم بدوره بدفع جزء من هذا الدخل كأجور للعمال والموظفين ، وجزء للضرائب ، وجزء يدخره ، وجزء لمشتريات من الخارج ، وهكذا .

ومعنى ذلك أن شريحة من المبلغ الذى حصل عليه كدخل يختفى من التداول (خلال العام محل الدراسة) وهى الشريحة التى تتمثل فى الادخار (الذى يختفى مؤقتا ، والاستيراد (يختفى نهائيا) ، وتبقى الشريحة الثانية ، ويسمى كل ذلك الدورة الأولى للانفاق .

أما الدورة الثانية فتشمل كل من حصلوا على دخل ضمن الشريحة الثانية ، فهم سيقومون بنفس الشيء ، فمن حصل على أجر من الفندق سوف يوزع دخله على شريحتين هو الآخر ، بحيث يختص جزء (المدخر) ويبقى الجزء الباقى ينفقه على دفع أجرة المنزل والمأكل والمشرب والملابس ، وهكذا .

إن ما حدث بالنسبة لمن حصل على أجر ينطبق على كل من حصلوا على دخل من الفندق ، ويسمى كل ذلك الدورة الثانية للانفاق ، وهكذا الى أن نصل الى عدة دورات للانفاق ، وكل دورة للانفاق ، هى فى وجهها الآخر دورة للدخل ، وبذلك يتزايد الدخل عدة مرات ، اذ يتعدى حجمه عدة مرات الانفاق المبدئى للسائح ، قد يتضاعف مرتين أو ثلاثة .

ج- توظيف العمال :

ان من أهم مشاكل الدول النامية هو موضوع توظيف العمال ، على اعتبار أن له جوانب اقتصادية واجتماعية متعددة ، وتعمل السياحة على ايجاد فرص عمل بالمجتمع ، وتخفيف مشكلة البطالة التى يعانى منها الكثير من المجتمعات النامية .

ان اقامة المشروعات السياحية فى المناطق الجديدة تؤدى الى خلق فرص عمل جديدة بها ، الأمر الذى يترتب عليه زيادة دخولهم ورفع مستوى معيشتهم ، وهذا أمر يعمل على ارتباط السكان بأرضهم ويقلل من الهجرة الداخلية الى المناطق الأخرى ، ويعمل كذلك على حسن توزيع الدخول فى المناطق المختلفة ، علاوة على أن السياحة تتيح فرص عمل فى الموسم السياحى للطلاب أو الأفراد أو النساء بعض الوقت مما يؤدى الى زيادة دخولهم .

ب- زيادة حصيلة النقد الأجنبى :

سبق أن أشرنا الى أن السياحة الدولية تعتبر وسيلة هامة لاكتساب النقد الأجنبى ، فهى تعتبر فى كثير من الدول الوسيلة الأولى للحصول على النقد الأجنبى .

ويلاحظ أنه كلما كانت السياحة تعتمد على السوق المحلي في تزويدها باحتياجاتها من التجهيزات والمواد اللازمة للتشغيل والعمالة وغيرها ، فإن حصيلة النقد الأجنبي الصافية تكون أكبر ، لأن معنى ذلك أن جزء من حصيلة النقد الأجنبي لايتسرب الى الخارج .

ومما سبق دراسته في الفصول السابقة ، وكما سيتضح في الفصل السادس أن حصيلة النقد الأجنبي تدعم ميزان المدفوعات ، وتعمل على امكان استيراد العدد والآلات ومستلزمات الانتاج اللازمة لتنفيذ مشروعات التنمية الاقتصادية ، فضلا عن استيراد السلع الاستهلاكية الضرورية .

هـ - زيادة انتاجية المواطنين :

ان المواطنين يحتاجون الى السياحة ، والترويح ، فالحياة الحديثة بما يوجد بها من جهود من أجل لقمة العيش وتلوث بيئي وازدحام في المدن الكبرى ، وغيرها من ارهاق نفسي ، تتطلب أن يجدد المواطنون نشاطهم وحيويتهم بخروجهم في اجازاتهم للرحلات في المزارات السياحية المختلفة بدلا من قضاء هذه الاجازات في أماكن اللهو غير البريء الذي يؤدي الى انتشار أمراض اجتماعية مختلفة .

ولاشك أن تجديد نشاط المواطنين يؤدي الى اقبالهم على أعمالهم أكثر نشاطا ، مما يؤدي الى زيادة انتاج المواطنين في أعمالهم ، كما يؤدي الى زيادة ارتباط المواطنين ببلدهم وتعريفهم بحضارتها ، مما ينمي روح الانتماء لبلدهم ويعمق الولاء لترابها .

و - تنشيط الصناعات الصغيرة والحرفية :

حيث أن السائحين يقبلون على شراء الهدايا التذكارية ومنتجات البيئة من البلد التي زاروه ، وتوجد في مصر ، وفي غيرها من البلدان النامية ، عديد من الصناعات المحلية كمنتجات خان الخليلي والملابس والمنتجات الخزفية التي تلقى رواجا كبيرا لدى السائحين ، ويمكن لهذه الصناعات أن تكون مصدر دخل لفئات عديدة من الصناع والحرفيين ، كما تحقق موردا هاما بالنقد الأجنبي عند تصديرها .

فضلا عن أن زيادة الطلب على هذه الصناعات يؤدي الى تطويرها ، ويحافظ عليها من أن تندثر وتختفي الكوادر من الصناع والحرفيين والمهرة التي يعملون فيها .

ز .. **الأثر على ميزان المدفوعات :**

(سيتم دراسة هذا الموضوع بالفصل السادس)

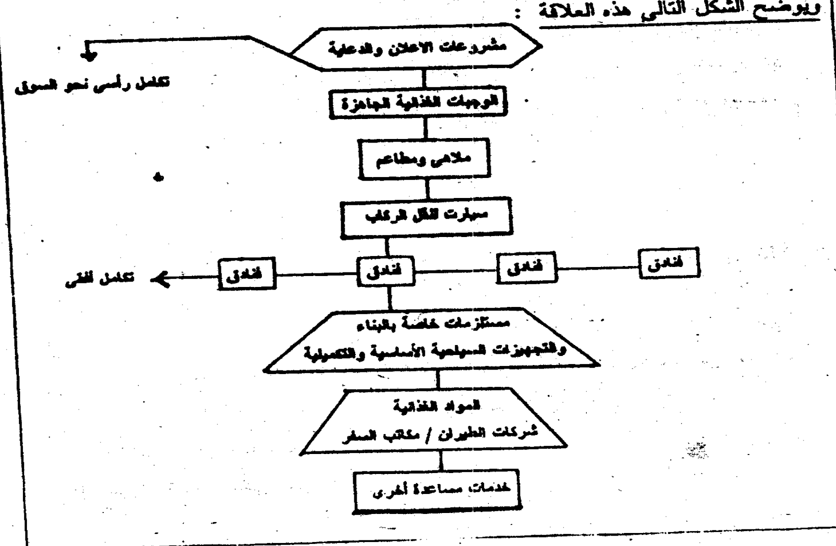
ح .. **خلق وتنمية العلاقات بين القطاعات الاقتصادية وقطاع السياحة :**

(تحقيق التكامل الرأسي والأفقي) :

من الممكن أن يؤدى التوسع فى انشاء المشروعات السياحية أو تطوير المشروعات الحالية الى تحقيق درجة معينة من التكامل بين القطاعات الاقتصادية الأخرى وقطاع السياحة ، أو على مستوى قطاع السياحة فى حد ذاته .

فالتوسع مثلا فى انشاء المشروعات السياحية قد يتبعه توسيع أو ظهور مشروعات جديدة تمارس أنشطة اقتصادية وخدمية أخرى لمقابلة الزيادة فى الحركة السياحية نشاطا وطلبا ، بمعنى آخر أن الزيادة فى عدد الفنادق ، مع افتراض زيادة عدد السائحين ، من الممكن أن يتبعه زيادة فى الطلب على المواد الغذائية اللازمة لإعداد الوجبات ، وزيادة فى الطلب على الأسرة ولوازمها ، وهذا من شأنه إما أن يؤدي الى دخول موردين جدد أو انشاء مشروعات جديدة لتزويد الفنادق بمثل هذه المستلزمات ، أو توسيع أنشطة وحجم الأعمال الخاصة بالموردين الحاليين .

ويوضح الشكل التالي هذه العلاقة :



ورغم صعوبة القياس الدقيق لدرجة التكامل ونوع وعدد العلاقات الاقتصادية بين المشروعات السياحية والأنشطة الاقتصادية المتوقعة لتطور النشاط السياحي وتنميته في خلق أنواع متعددة من العلاقات الداخلية بين القطاعات الاقتصادية الأخرى ، وينتج عن هذه العلاقات منافع مباشرة وغير مباشرة منها :

- تشجيع استثمار رؤوس الأموال الوطنية وتنويع استخدامها في مشروعات جديدة .
- يترتب على ذلك خلق فرص عمل جديدة .
- استغلال الموارد الطبيعية وخلق استخدامات جديدة لها .
- ارتفاع حصيلة الدولة من الايرادات السيادية والضرائب وغيرها .
- زيادة مقدرة الحكومة على خلق فرص عمل جديدة للعمالة عن طريق انشاء مشروعات اقتصادية جديدة .

ط. تنمية المرافق الأساسية :

يظهر هذا الأثر بوضوح في الدول النامية التي لم تصل فيها المرافق الأساسية العامة من طرق وقوى محركة ومشروعات صرف صحي ومياه الشرب ووسائل الانتقال الى مداها المناسب ، نظرا لانخفاض مستوى المعيشة ، فضلا عن المرافق الأساسية من مطارات وموانى سياحية مناسبة وتطوير عمراني مناسب للمناطق الرئيسية للجذب السياحي داخل الدولة .

ولاشك أن تنمية هذه المرافق وتعميمها في مختلف مناطق الدولة ، يحتاج لرؤوس أموال ضخمة ليست بذاتها ، دون تدخل السياحة مجالا لتحقيق عائد اقتصادي سريع ، يطور من قدرة الدولة النامية على تعميم هذه المرافق .

ولذلك فإن تقدم السياحة بزيادة الحركة السياحية بصورة منتظمة ، وما يترتب على ذلك من دخل سريع من العملات الحرة ، تزيد من قدرة الدولة على زيادة كفاءة مرافقها الأساسية وامتداد العمران السياحي الى مناطق بعيدة ، مما يساهم مساهمة أساسية في التنمية الاقتصادية ، وانعكاس ذلك على ارتفاع مستوى معيشة المواطنين في الدولة .

ى. يعتبر قطاع السياحة النواة الأولى لادخال التكنولوجيا :

فالسياحة تجعل الدولة المضيفة على علم بآخر ما وصلت اليه التكنولوجيا في العالم ، هذا يؤدي الى زيادة الانتاج ، مما يؤدى الى زيادة الدخل القومي .

ك.. تؤثر السياحة على الاستثمار :

يؤدى قطاع السياحة الى زيادة الاستثمار والادخار والترويج للمنتجات المحلية ، مما يؤدى الى زيادة الدخل القومى .

ل.. تحقيق التوازن الاقليمى اقتصاديا :

تعمل السياحة على ايجاد نوع من التوازن الاقتصادى والاجتماعى فى المجتمع ، نظرا الى أن المشروعات السياحية كما سبق الذكر غالبا ما تقام بعيدة عن المناطق الصناعية والتجارية ، حيث تقام فى مناطق ذات جذب سياحى لتميزها بجمال الطبيعة ، حتى يبتعد السائح عن مشكلات البيئة التى أوجدتها الصناعة والمجتمعات الحضرية وازدحام السكان فى المدن الكبرى .

ويلاحظ أن سكان المناطق السياحية الجديدة الذين كانوا يعتمدون من قبل على قطاعات بدائية (كالزراعة والصيد والمهن اليدوية) غالبا ما تستوعبهم المشروعات السياحية الجديدة ، حيث يتم توظيف كثير منهم فى هذه المشروعات ، الأمر الذى ترتب عليه زيادة مستوى معيشتهم ، فضلا عن ارتفاع أثمان خدمات عوامل الانتاج فى هذه المناطق (ومنها الأراضى) ليس فقط نتيجة للسياحة الدولية ، وإنما أيضا نتيجة للسياحة الداخلية ، اذ سرعان ما تجتذب المناطق الجديدة المواطنين لقضاء أوقات فراغهم طلبا للمتعة .

من هنا يمكن أن تؤثر السياحة على التنمية الاقليمية باعتبارها مصدرا للدخل بالنسبة للسكان المحليين فى المناطق السياحية ، مما يقلل من فجوة الأجور بين الأقاليم المختلفة ، ويعمل على ارتباط السكان بأرضهم ، حيث يقل نزوحهم الى المناطق الحضرية .

فاذا انتهجت الدولة التخطيط الاقليمى فى المجال السياحى فانها يمكن أن تحقق مزايا كثيرة منها :

- تقريب المستويات الاقتصادية بين الأقاليم المختلفة فى الدولة .
- تحقيق تكافؤ الفرص بين المواطنين فى مختلف الأقاليم .

- زيادة التجاوب بين المواطنين على تنفيذ خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية .
- زيادة معدل التنمية في مجموعها .
- تقليل الهجرة الداخلية من الريف الى المدن للتمتع بالخدمات الحضرية .

ويتم التخطيط السياحي على ثلاث مستويات :

- التخطيط على المستوى المحلي ، والاقليمي ، والقومي ، ويتم الربط بين هذه المستويات بشكل محكم ، حتى يمكن تحقيق أكبر معدل ممكن من النمو السياحي ، في ضوء خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية للدولة .

٤. السياحة باعتبارها مرفقا قوميا :

إن السياحة كمرفق قومى ، وأحد أهم عناصر الهيكل الاقتصادى ، يلزم وضع خطة متكاملة لتنشيط السياحة فى مصر ..

ويقترح ما يلى :

١.. الأهتمام بمزيد من تطوير البنية الأساسية بتمهيد الأرض وتوصيلها بالمياه النقية والكهرباء ، خاصة على شواطىء البحر الأحمر والشاطىء الشمالى الغربى ومنطقة جنوب سيناء وتأمين طرق المواصلات اليها ، ولنا فى تجارب بعض الدول نماذج على ذلك فى اليونان وأسبانيا التى بدأت التطوير السياحى بعد معاناة كبيرة من أثار الحرب الأهلية ، ولم تكن الحالة الاقتصادية تسمح للدولة بتنفيذ أعمال البنية الأساسية اعتمادا على مواردها ، ولذا فقد فتحت الباب لمنح امتيازات للشركات الأجنبية فى مجال مد خطوط التليفونات وخطوط المترو والسكك الحديدية واقامة محطات توصيلات الكهرباء والوحدات السكنية العملاقة ، وذلك فى ظل شروط تحمى سيادة الدولة ، منها أن تكون لها ٥١٪ من ملكية مثل تلك المشروعات ، ويضاف صافى الأرباح (بعد سداد الضرائب) الى ملكية الدولة ، بحيث أصبحت الدولة فى الوقت الحاضر هى المالكة الفعلية لتلك المشروعات .

٢.. التوسع فى انشاء القرى السياحية فى مختلف المناطق الساحلية على طول الطريق من الساحل الشمالى والساحل الجنوبى لسيناء ، مع توفير الفنادق متنوعة الأسعار لاستيعاب مختلف نوعيات السياح ، ويتطلب ذلك مزيدا من التشجيع للأفراد وشركات القطاع الخاص للمشاركة فى انشاء مشروعات جديدة فى المناطق السياحية الجديدة أو النائية باعطائها الأرض بايجارات مناسبة لا ترهق مالية المشروع فى بدء نشأته كوسيلة من وسائل الدعم ، على أن تدفع قيمتها بأسعار آجال مناسبة ، هذا مع شرط أن يتم سحب الأرض اذا لم تنفذ المشروعات السياحية خلال ثلاث سنوات من تاريخ الحصول على الموافقة .

٣.. تحسين استخدام القروض الأجنبية الممنوحة للمشروعات السياحية ، وذلك باستخدام الخامات المحلية المتاحة فى تأسيس وتجهيز مثل هذه المشروعات ، خاصة اذا اتجهت مثل هذه المشروعات الى القرى السياحية المتوسطة ، والتى يزيد الطلب عليها .

٤.. الاهتمام بالمطارات لخدمة الطيران العارض ، الذى يلعب دورا رئيسيا فى تنمية وربط المناطق الشاسعة (سيناء والبحر الأحمر والمناطق الأثرية مثل الأقصر وأسوان) . مع تحويل المطارات فى المناطق السياحية الهامة كمطارات دولية مثل (سانت كاترين – شرم الشيخ – مطروح – العامرية) .

٥.. الاستعانة بالخبرات الأجنبية للذين نجحوا فى فتح الأسواق السياحية الجديدة للترويج للسياحة بمصر ، هذا مع تشجيع المشروعات السياحية المشتركة مع شركات دول أجنبية عالمية لها خبرة فى هذا المجال ، مع ربطها باتفاقيات للتبادل السياحى .

٦.. التوسع فى اقامة المخيمات السياحية كبديل عن مشروعات اقامة الفنادق التى تحتاج الى رؤوس أموال ضخمة ، فيمكن بذلك تحويل المخيمات الى قرى سياحية ، فتصبح منطقة جذب شيقة للسائح الغربى والعربى والمصرى والمهاجر للخارج .

٧.. الترويج للمناطق السياحية فى مصر عن طريق اصدار كتيبات مدون بها أهم المناطق السياحية القديمة ، والتى أنشئت حديثا ، خاصة التى تم انشاؤها فى المناطق الشاسعة بسيناء (سانت كاترين – نويبع – شرم الشيخ – طابا) الغردقة بالبحر الأحمر ، وذلك عن طريق السفارات ومكاتب التمثيل ، هذا مع أهمية الاشراف على المكاتب السياحية فى الخارج وحضور المعارض والمؤتمرات والمهرجانات السياحية فى الخارج .

٨.. العمل على الحد من عرض آثارنا بالخارج ، للمحافظة عليها من التلف والكسر ، ولتشجيع قدوم السائحين الى مصر من مختلف الدول ، فينتعش السوق المصرى بمختلف العملات الأجنبية ، فتجتذب مصر فى تلك الفترة عائدا كبيرا من النقد الأجنبى ، يفوق العائد الذى تحصل عليه من عرضها (الآثار) فى الخارج ، فتصبح بذلك ملتقى الشرق والغرب .

٩.. انشاء معهد متخصص عالمى لتدريب راغبى العمل بالمجال السياحى ، واستقطاب خبراء التدريب الأجانب للاستعانة بهم فى وضع الأسس التى ينتهجها العاملين بالسياحة ، مع ضرورة الاهتمام بطبع ما يلقونه من محاضرات ، حتى يستعان بها مستقبلا ، كما يتطلب النهوض بالعمالة في القطاع السياحي وجود سياسة واضحة للتدريب والتعليم ، تعتمد على بيانات متضمنة الحاجة الفعلية للقطاع من التخصصات المختلفة والتركيز على الأعمال الفنية .

١٠.. إقامة المزيد من المهرجانات السياحية الشعبية التى يتدفق فيها أعداد كبيرة من السائحين على مصر من مختلف دول العالم الغربى والعربى أسوة بمهرجان الاسماعيلية الذى يقام سنويا ومهرجانات السينما والأدب ... الخ .

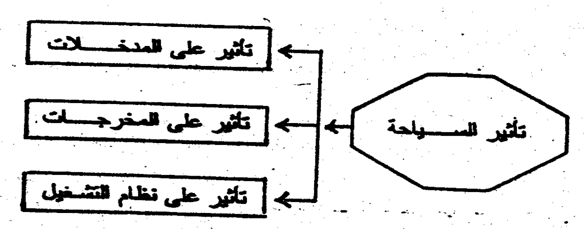
١١.. تنمية الوعى السياحى لدى الجماهير والعاملين بالمرافق التى تتعامل مع السائحين (ادارة الجوازات – البنوك – الموانى) ، ويتطلب ذلك أن تعمل الدولة على تنمية الوعى السياحى ، عن طريق كافة الأجهزة الاعلامية والمؤسسات التعليمية ، حتى يشعر المواطن المصرى بأهميته فى انجاح العملية السياحية ، وابراز الوجه الحضارى للشعب المصرى .

١٢. ضرورة مراقبة وتنظيم صناعة ومحال بيع العاديات والسلع السياحية ، للتأكد من كفاءتها لمواجهة المنافسة القوية من الأسواق الخارجية ، مثل قبرص واسرائيل والأردن وتونس والمغرب .

١٣. توفير التمويل اللازم للمشروعات السياحية بأسعار فائدة متميزة ، خاصة للمشروعات الشعبية والمتوسطة ، والتي تتفق مع الخطة السياحية للدولة .

١٤. ضرورة الاهتمام بالنظافة والنظام في الأماكن التي يرتادها السواح والعمل على تيسير الخدمات السياحية لهم .

إن السياحة كصناعة ، لها أهمية خاصة تستمد من تأثيرها على بنيان وأداء الاقتصاد القومي ، والتي يمكن النظر اليها من خلال ثلاث محاور أساسية ، كما بالشكل التالي :



فالسياحة باعتبارها نشاط ديناميكي حركي ، تكون ذات تأثير متبادل وفعال ، يشمل جميع الأنشطة الاقتصادية في الدولة وخارجها ، فهي تتأثر وتؤثر على نشاط الانتاج ، والاستهلاك والنقل والمواصلات ، والاتصالات ، والموانى ، والمطارات ، والفنادق ، والبنوك ، وعمليات التجارة الخارجية ... الخ .

<u>ومن ثم فإنه يتعين أن ندرك أهمية ادارة النشاط السياحي بشكل سليم ، أي بشكل يشمل الجوانب الآتية</u> :

- جانب التخطيط الواعي السليم للنشاط السياحي ، ذلك التخطيط الذي يحيط بالموارد السياحية وامكانيات تسويقها بفاعلية ، ويضع البرامج الواقعية العلمية الكفيلة بتنشيط وتكثيف الاستغلال الأمثل سياحيا لتلك الامكانيات .
- جانب التنظيم المؤسساتي المتكامل الذي يوضح مسارات العمل واطار التنفيذ والأجهزة المسئولة عن هذا التنفيذ والمهام والأهداف الموكول اليها تنفيذه .

- جانب التوجيه الفعال للقوى السياحية بالدولة وخارجها للعمل ولتنفيذ البرامج السياحية الموضوعة فى اطار الخطة العلمية .
- جانب المتابعة الحثيثة عن قرب وعن معايشة للواقع التنفيذى فعلا ، وليس مجرد المتابعة الاحصائية المكتبية ، للوقوف أولاً بأول على نتائج وانجازات التنفيذ الفعلى ، ومعرفة أوجه الانحرافات بين المخطط وبين المنفذ فعلا ، والتدخل بالتصحيح فى الوقت المناسب .
- تنمية الكفاءة البشرية والكوادر السياحية العاملة فى مجال السياحة بالشكل الذى يستطيع ممارسة النشاط السياحى بشكل سليم ، والحصول على أفضل النتائج .

ومن ثم فإن الادارة العلمية السليمة للنشاط السياحى كفيلة بنهضة هذا النشاط ، وتعظيم العائد والمردود الاقتصادى من هذا النشاط .

١٥. مراعاة الاعتبارات الاجتماعية عند تنمية المناطق الجديدة للسياحة الدولية ، فلابد أن تحظى السياحة الدولية بالقبول الاجتماعى ، فمن الاعتبارات الهامة تجنب قدوم السائحين الى المنطقة ومعهم عادات لايتقبلها المجتمع المحلى ، بحيث يشكل هذا الأمر عدم رضاء اجتماعى من جانب السكان المحليين .

١٦. يجب أن تتم التنمية السياحية بتشجيع القطاع الخاص ، بعدم إعاقة الأنشطة السياحية . .

١٧. فتح المجال لرأس المال الوطنى والأجنبى للمساهمة فى النشاط السياحى ، بحيث يلعب الأول الدور الأساسى فى الاستثمار السياحى والفندقى ، ويمكن الاستفادة من رأس المال الأجنبى فى توفير الخبرة الأجنبية والتكنولوجيا المتطورة والاستثمارات اللازمة .

من هنا يلزم النظر الى القطاع السياحى صاحب الأهمية الكبيرة فى الهيكل الاقتصادى ، على أنه مرفقا قوميا ، ومعنى هذا أنه يتطلب أن تأخذ القطاعات الأخرى فى المجتمع ، سواء كانت انتاجية أو توزيعية أو خدمية ، فى اعتبارها أهداف واحتياجات القطاع السياحى ، بحسبانه قطاعا من قطاعات النمو ، وعلى سبيل المثال :

أ.. في القطاعات السلعية :

يجب على القطاع الصناعي أن يأخذ في حسبانه احتياجات القطاع السياحي من حيث الآلات والتجهيزات والصناعات الغذائية وغيرها ، كما يجب على القطاع الزراعي الذي يقوم بتوفير السلع الغذائية للمشروعات السياحية (الفنادق والمطاعم وغيرها) ألا يغفل في خطته الانتاجية توفير متطلبات خطة القطاع السياحي .

ب... وفي القطاعات التوزيعية :

يجب على القطاعات المختلفة كالنقل الداخلي ووسائل الاتصال المصرفية أن تأخذ في اعتبارها خطة القطاع السياحي ، فالقطاع المصرفي مثلا يمكن أن يقوم بدعم النشاط السياحي بشكل كبير عن طريق تمويل المشروعات السياحية ، سواء كان تمويلا طويل الأجل أو متوسط الأجل أو قصير الأجل ، اذا تفهم طبيعة القطاع السياحي والفندقي ، وقدم له القروض التي تتناسب مع أنشطته وبأسعار فائدة تمييزية وفق آجال مناسبة ، وفي هذه الحالة يكون القطاع المصرفي قد أسهم اسهاما حاسما في تشجيع الاستثمار السياحي .

جـ... وفي القطاعات الخدمية :

فمشروعات رأس المال الاجتماعي بصفة عامة (كهرباء ، مياه ، صرف صحي ، أمن ، تعليم ، ...الخ) من الضروري أن تأخذ هذه القطاعات في حسبانها القطاع السياحي ، وهي تقوم بإعداد وتنفيذ الخطة .

ولاتتوقف قومية السياحة على النواحي المتقدمة ، ولكن يجب أن يراعى بصددها قرارات هذه الأجهزة والهيئات الحكومية ، بحيث لايكون هناك تعارض بين قرارات هذه الأجهزة والهيئات وروح النشاط السياحي .

ولقد تم النظر في مصر الى السياحة كمرفق قومي بصورة واضحة في الخطة الخمسية الثالثة ٩٢ - ١٩٩٧ ، والتي تستهدف تحقيق الانطلاق في الانتاج ، والاستغلال الكامل لطاقات الانتاج ، ورفع مستوى المعيشة ، ومحاربة البطالة ، وتوسيع قاعدة التكافل الاجتماعي ، وتحقيق التوازن الاقليمي ، وازالة المعوقات التي تواجه كل الأنشطة ، ويقدر اجمالي الناتج القومي عام ١٩٩٧ بحوالي ١٦ مليار جنيه .

ويؤخذ فى الاعتبار عند وضع الأهداف الخاصة بقطاع السياحة أن تكون فى اطار الأهداف الرئيسية للخطة العامة للدولة والتى ترتكز على :

أولا : تحقيق أقصى استفادة ممكنة من البنية الأساسية التى تمت اقامتها خلال الخطتين السابقتين .

ثانيا : الاهتمام بالبيئة بعناصرها الثلاث الرئيسية : الأراضى - المياه - الهواء .

ثالثا : التنسيق بين قطاعات الاقتصاد القومى لتعميق التصنيع المحلى .

رابعا : تحقيق التكامل بين دول المنطقة ، بما يحقق احتياجات أسواق هذه الدول .

خامسا: زيادة الاهتمام بالتخطيطفى هذه المرحلة .

سادسا: عدم التوسع فى الاعتماد على القروض الخارجية ، وفى حالة الضرورة القصوى تتم الدراسة على أن تسدد القروض من عائد المشروعات .

ومن الأهداف الرئيسية لخطة ٩٢ - ١٩٩٧ ما يلى :

١.. المساهمة الفعلية لقطاع السياحة فى حل المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التى تواجه المجتمع .

٢.. الزيادة المستمرة فى الاعتماد على المكون الوطنى من السلع والخدمات السياحية بهدف الحد من الاستيراد وتشجيع الصناعات المصرية .

٣.. السعى لزيادة عدد السياح ليصل إلى حوالى ٤,٨ مليون سائح فى نهاية سنوات الخطة .

٤.. الارتفاع بمتوسط الانفاق للسائح ليصل الى ١٢٥ دولار فى الليلة ، عن طريق فتح مجالات انفاق متعددة ، وتحسين المنتجات المحلية ، خاصة السلع التذكارية .

٥.. توفير العمالة الفنية اللازمة حتى نهاية الخطة .

٦.. زيادة حجم طاقة النقل البرى السياحى لاستيعاب أعداد كبيرة من السائحين ، يقدر على أساس أن معدل شغل المقاعد هو ٣٠ راكب / مقعد يلزمهم حوالى ١٦٠٠٠٠ مقعد .

وهكذا نرى أن الخطة الخمسية الثالثة ١٩٩٧/٩٢ تضمنت أهداف ، تسهم اسهاما كبيرا فى التنمية السياحية ، وبالتالى تأثيرا على الدخل القومى والاقتصاد القومى ، وهذا ما تعرضنا له بالحديث فى أكثر من موضع .

تذكر أن

١ . **عناصر النشاط السياحي – تتكون من :**

الأمان / الراحة / الانبهار
/ التكلفة / الاثارة / المتعة .

٢ . **خصائص الخدمات السياحية :**

أ . الخدمة السياحية خدمة معنوية .
ب . الخدمة السياحية متكاملة فى ذاتها .
جـ . اعتماد الخدمة السياحية على عنصر التسويق الشخصى .

٣ . **مقومات النشاط السياحي :**

أ . **عوامل الجذب السياحي ، وتشمل :**
- المقومات الطبيعية .
- المقومات التاريخية والأثرية .
- المقومات الاجتماعية والدينية .
- المقومات الحديثة .

ب . **التسهيلات السياحية :**
- أماكن الاقامة .
- وسائل النقل المستخدمة .

جـ . مجموعة الأنشطة المساعدة .

د . مشروعات البنية الأساسية .

٤.. **الاعتبارات التى تجعل السياحة صناعة متميزة :**

١.. ان السياحة تعتبر صادرات غير منظورة .

٢.. ان المنتج السياحى لايباع الا من خلال السياحة فى ظل التسهيلات السياحية ، والتى تشمل :

- مشروعات البنية الأساسية .
- منشآت الاقامة كالفنادق وغيرها .
- مشروعات النقل السياحى البرى والبحرى والجوى .
- المنشآت السياحية الترويحية وغيرها .

٣.. ان المنتج السياحى منتج مركب ، فهو مزيج من مجموعة عناصر متعددة .

٤.. ان السياحة الدولية منتج تصديرى يتعرض فى بعض الأحوال الى درجة من عدم الاستقرار .

٥.. **خصائص النشاط السياحى :**

- تشعب وتعدد مكونات النشاط السياحى وارتباطها بالأنشطة الاقتصادية الأخرى .
- ان الطلب السياحى لايتوقف فقط على مدى توافر الموارد وتنوع المقررات والخدمات والتجهيزات (أى العرض السياحى) .
- تأثير الطلب السياحى بمستوى الرفاهية الاقتصادية فى الدولة والدول الأخرى .
- تعدد وتباين أنواع السياحة وأغراضها ، مما يترتب عليه : تنوع واختلاف الأنشطة وطبيعة الخدمات السياحية المرتبطة بها .
- ارتباط صناعة السياحة كنشاط انتاجى بقضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والسياسية .

٦. أهم التأثيرات الاقتصادية للنشاط السياحي :

- زيادة النمو الاقتصادى .
- زيادة الدخل في المجتمع .
- توظيف العمال .
- زيادة حصيلة النقد الأجنبي .
- زيادة انتاجية المواطنين .
- تنشيط الصناعات الصغيرة والحرفية .
- خلق وتنمية العلاقة بين القطاعات الاقتصادية وقطاع السياحة (تحقيق التكامل الرأسي والأفقي) .
- تنمية المرافق الأساسية العامة (طرق وقوى محركة ومشروعات صرف صحي ومياه الشرب ووسائل الانتقال ... الخ)

٧. اجراءات تنشيط السياحة في مصر :

١. الاهتمام بمزيد من تطوير البنية الأساسية .
٢. التوسع في انشاء القرى السياحية في مختلف المناطق .
٣. تحسين استخدام القروض الأجنبية الممنوحة للمشروعات السياحية .
٤. الاهتمام بالمطارات لخدمة الطيران العارض .
٥. الاستعانة بالخبرات الأجنبية .
٦. التوسع في اقامة المخيمات السياحية كبديل عن مشروعات اقامة الفنادق .
٧. الترويج للمناطق السياحية في مصر عن طريق الكتيبات والنشرات .
٨. انشاء معهد متخصص عالمي لتدريب راغبي العمل بالمجال السياحي .
٩. اقامة المزيد من المهرجانات السياحية الشعبية .
١٠. تنمية الوعي السياحي عن طريق كافة الأجهزة الاعلامية والمؤسسات التعليمية .

٨.. **الأهداف الخاصة بقطاع السياحة :**

١. تحقيق أقصى استفادة ممكنة من البنية الأساسية التى تمت اقامتها خلال الخطتين السابقتين .

٢. الاهتمام بالبيئة بعناصرها الثلاث : الأراضى ، المياه ، الهواء .

٣. التنسيق بين قطاعات الاقتصاد القومى لتعميق التصنيع المحلى .

٤. تحقيق التكامل بين دول المنطقة بما يحقق احتياجات أسواق هذه الدول .

٥. زيادة الاهتمام بالتخطيط فى هذه المرحلة .

٦. عدم التوسع فى الاعتماد على القروض الخارجية ، وفى حالة الضرورة القصوى تتم الدراسة على أن تسدد القروض من عائد المشروعات .

... الفصل الخامس ...

العمالة السياحية

.....

يلعب عنصر العمل دورا هاما فى العملية الانتاجية ، بل هو يعتبر أهم عنصر من عناصر الانتاج على الاطلاق . ولذلك تعتبر قوة العمل فى المجتمع تمثل ركيزة أساسية فى خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية فى الدول النامية .

واذا كانت القوة البشرية العاملة فى صناعة السياحة تمارس دورا كبيرا فى نموها مثل أى صناعة أخرى ، فإن صناعة السياحة تتميز عن غيرها فى هذا الشأن ، لأن المنتج السياحى يقدم مباشرة للمستهلكين ، حيث أن طبيعة الخدمات السياحية تقتضى تأدية الكثير منها دون وجود شخص ثالث غير السائح والعامل .

ويمثل توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحى جانبا هاما ، فلا يكفى اقامة المشروعات السياحية الضخمة وتخصيص رؤوس الأموال الكبيرة لها ، ولكن يجب أن يتوفر من يقوم بتشغيلها وادارتها ، لأن العمل فى القطاع السياحى يتطلب قدرات فنية وادارية يجب توفيرها ، وكذلك فى الجهات الوثيقة الصلة بالخدمات السياحية كالجوازات والجمارك .

لذلك يجب العمل على تنمية الموارد البشرية بالتعليم والتدريب حتى يمكن رفع مستوى الخدمات السياحية .

وعندما تتواجد العمالة فى قطاع السياحة ، يمتد أثرها الى القطاعات الأخرى التى تمدها بما تحتاج اليه من سلع وخدمات ، فتتواجد بها عمالة جديدة بسبب الأنشطة السياحية التى تقوم مثل الفنادق وأماكن الاقامة .

١ .. فرص العمالة فى صناعة السياحة

لاشك أن النشاط السياحى بما يستلزمه من اقامة مشروعات جديدة كالفنادق والمحال العامة وتعزيز وسائل النقل السياحى ، والتوسع فى افتتاح وكالات السفر وشركات السياحة ومحلات بيع التحف والمصنوعات التذكارية . كل ذلك يؤدى الى ايجاد فرص عمل جديدة لأعداد متزايدة من طلاب العمل ويتيح للكثيرين الحصول على دخول مناسبة .

[illegible] يعمل في صناعة السياحة نوعين أساسيين من العمالة :

العمالة المباشرة :

وهي العمالة المتاحة في المنشآت السياحية مثل وكالات السفر وشركات السياحة وشركات النقل السياحي وبيع التذاكر والتسويق السياحي ومنشآت الاقامة مثل الفنادق والقرى السياحية وغيرها ، والمحال العامة كالمطاعم ومحال بيع التحف والتذكارات وغيرها

٢. العمالة غير المباشرة :

وتشمل فرص العمالة التي تتولد في القطاعات التي يعتمد عليها القطاع السياحي والفندقي في توريد الطعام والشراب والأثاث والمباني وغيرها.

ملاحظات على سوق العمل السياحي :

١. من المعروف أن غالبية النشاط السياحي نشاط موسمي لاعتبارات عديدة ، ومن هنا فإن قدرا كبيرا من العمالة يكون موسميا ، وفي كثير من الأحيان يتطلب النشاط السياحي تشغيل عمالة اضافية لمواجهة الزيادة في الطلب خلال فترة الذروة .

وواضح أن الموسمية في القطاع السياحي أمر لامفر منه ، ولكن هذه الموسمية تعكس آثارا عديدة على النواحي الاقتصادية والاجتماعية ، وبخاصة البطالة في الفترات غير الموسمية .

ولذلك يحاول القطاع السياحي أن يخفف من حدة هذه المشكلة من خلال :

- تشغيل العمال فترات اضافية لتعويض النقص في العمالة .
- تشغيل الطلبة وربات البيوت والعاملين الذين يرغبون في العمل لبعض الوقت .
- اطالة الفترة الموسمية بقدر الامكان حتى يمكن أن تظل المنشأة السياحية في فترة تشغيل موسمي أطول .
- استغلال المنشأة في التشغيل في الفترات غير الموسمية بأسعار مخفضة حتى لو أدى هذا الى عدم تحقيق أي ربح .

٢.. يحصل القطاع السياحى على العمالة وبصفة خاصة فى فترة الذروة من سوق العمالة السياحية أو من قوة العمل فى القطاعات الأخرى ، وفى بعض الأحيان يجتذب القطاع السياحى أفرادا من القطاع الريفى أو من النساء غير العاملات ، وقد تكون هذه الأعمال لبعض الوقت فقط .

٣.. قد يتصور البعض أن الدول النامية التى تهتم بالتنمية السياحية لاتحتاج الى العمالة الماهرة بشكل كبير ، نظرا لأن بعض الوظائف تحتاج الى العمالة التى تتطلب قدرا قليلا من التعليم والتدريب ، الا أن صناعة السياحة تتطلب مواصلة التدريب ، حيث أن هذا العمل هو عمل فريق بالدرجة الأولى ، بالاضافة الى أن التكنولوجيا الحديثة تتطلب عمالة تستطيع استيعاب التطورات التكنولوجية باستمرار .

٤.. ان توظيف العمالة الأجنبية فى صناعة السياحة عادة ما يكون نتيجة لعدم قدرة سوق العمل المحلى على توفير بعض نوعيات من العمالة كوظائف الادارة العليا والوظائف المتخصصة ، وعادة ما تستخدم العمالة الأجنبية عندما تكون المشروعات الفندقية بصفة خاصة تحت ادارة أجنبية .

٢- توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحي

ان توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحي ، يمثل نقطة ذات أهمية كبرى من وجهة نظر المستثمر في الأنشطة السياحية المختلفة ، فلا يكفى اقامة المشروعات السياحية الضخمة ، وتخصيص رؤوس الأموال الكبيرة لها ، ولكن يجب أن يتوفر من يقوم بشئونها تشغيلا وادارة

ان العمل في القطاع السياحي يتطلب قدرات فنية وادارية لمواجهة احتياجات هذا القطاع وتنميته باستمرار ، ان تشغيل أفراد يعوزهم التعليم والتأهيل والتدريب الكافى يؤدى الى فشل هذه المشروعات ، فالسياحة هى صناعة خدمات تتطلب مستوى معين من المهارة سواء فى الخدمة السياحية (العمالة المباشرة فى المشروعات السياحية) والخدمات المعاونة (الجهات وثيقة الصلة بالخدمة السياحية كالجوازات والجمارك وغيرها) .

ومن هنا نجد أن توفير العمالة للقطاع السياحي يتطلب الوقوف على عرض العمالة المتاحة لهذا القطاع والطلب عليها ، لتحديد الأفراد اللازمين له ، وهو أمر يخضع لمعايير فنية وخطوات تنظيمية متعددة .

ويتطلب توفير العمالة عدة خطوات أهمها :

أ- حصر المهارات المتاحة من العمالة السياحية :

ان حصر المهارات المتاحة من العمالة السياحية يمثل أولى الخطوات فى تخطيط العمالة فى المجتمع . أن خطة العمالة تعتبر جزء لايتجزأ من الخطة القومية . فمن الضرورى الوقوف على العمالة المتاحة فى سوق العمل بالمنطقة السياحية ، واذا كانت المنطقة تعانى من نقص فى العمالة ، يجب أن تؤخذ هذه النقطة فى الاعتبار فى الدراسة الاقتصادية للمشروع السياحي أو الفندقى ، وبصفة خاصة بصدد استيراد العمالة من الخارج .

وعلى الرغم من أن استيراد العمالة يعتبر اجراء غير مرغوب فيه ، الا أن بعض المشروعات السياحية تجد نفسها مضطرة اليه ، وقد تكون هناك عقبات ادارية أو قانونية أوسياسية لاستيراد العمالة ، ولذا يجب أن تكون هذه النقطة فى الحسبان عند اقامة المشروعات السياحية .

ومن ثم فمن المفيد حصر المهارات المحلية أولا ، ثم تحديد الاحتياجات من العمالة المستوردة ، ويثار فى هذا الصدد وجوب وضع برامج التعليم والتدريب من أجل اكتساب المهارات للحلول محل الخبرات المستوردة .

ويلاحظ بصفة عامة أن العمالة المستوردة فى القطاع السياحى والفندقى تتركز فى وظائف الادارة العليا والوظائف الاشرافية والتخصصية ، وتلك التى تستخدم التكنولوجيا المتطورة ، وقد يكون من الضرورى الاستعانة بالخبرات الأجنبية للاستفادة من عاملين يكونون على مستوى من الخبرة ويكونون قادرين على تدريب العمالة المحلية ، كما يلاحظ أن القطاع السياحى لايتطلب عمالة مستوردة بدرجة كبيرة على النحو الذى تتطلبه بعض الصناعات كالصناعة التحويلية مثلا .

ب.. التعليم والتدريب :

وفى مجال تنمية الموارد البشرية يجب أن نميز بين التعليم والتدريب ، فالتعليم يهدف الى توسيع مدارك الفرد الذهنية وتزويده بأصول المعارف المهنية ، مع عدم التطرق الى شغله وظيفة بذاتها ، أو تحمل مسئوليات بعينها ، وفى المجال السياحى من الضرورى أن للنظام التعليمى المتطلبات اللازمة فى العمالة المطلوبة لتضمينها المناهج فى المستويات التعليمية المختلفة .

ويلاحظ أن التعليم المهنى فى مجال الضيافة والسياحة قد خطا خطوات واسعة فى المستويات التعليمية المختلفة فى الدول التى تعتمد على القطاع السياحى بدرجة كبيرة .

أما التدريب ، فهو يهدف الى اعداد الفرد ليقوم بأعباء وظيفية ، أو يتحمل مسئوليات محددة .

ويتم على المستويات المختلفة (المهنى الأساسى أو التخصصى والاشرافى أو الادارة العليا) وتفضل سلاسل الفنادق والمطاعم الكبرى أن يتم تدريب العاملين بها طبقا للسياسات والبرامج التى تمدها حيث يكون لديها ادارات متخصصة لهذا الغرض ، لكى تضمن مستوى معين من الأداء .

وللتدريب السياحى والفندقى أصوله وأبعاده الفنية ، نذكر منها على سبيل المثال :

- ان التدريب ليس برنامجا يبدأ ثم ينتهى فى مدة معينة ، فهو عملية مستمرة ، اذ يجب ملاحقة التطورات التى تحدث سواء فى الناحية الادارية أو التنظيمية .
- يجب أن يشمل التدريب جميع العاملين فى المنشآت السياحية والفندقية بما فيهم العاملين القدامى لضمان مستوى معين من الخدمة .
- ان التدريب يتطلب عناصر معينة من أجل انجاحه منها :
  ١. مكان مناسب للتدريب بمختلف مستوياته .
  ٢. مدربون أكفاء لهم القدرة على نقل معلوماتهم الى الغير .
  ٣. أدوات التدريب التى تتناسب مع التخصصات المختلفة .
  ٤. جهاز يقوم بوضع برامج التدريب ، وأهدافه ، ثم يجرى تقييما لاحقا للدورات التدريبية المختلفة ليتسنى تعديل البرامج أولا بأول فى ضوء النتائج المحققة .
- ان تدريب المدربين هو أمر ضرورى ، وهو قد يتم محليا أو فى الخارج أو من خلال دعوة الخبراء من الخارج للقيام بالتدريب .
- يستخدم التدريب أساليب متعددة ، فقد يستخدم أسلوب المشاهدة أو دراسة الحالات أو الزيارات الميدانية أو التمرين العملى و غيرها .
- يجب أن يتسع التدريب أيضا ليشمل كيفية تحقيق الاتصال بين المستويات المختلفة من العمالة فى المنشأة السياحية أو الفندقية وهو نوع من التدريب يمكن أن يتم أثناء العمل .

ولقد أثبتت تجارب دول كثيرة فى العالم المعاصر أن السياحة اذا أحسن تخطيطها تستطيع أن تكون دعامة أساسية من دعامات التنمية الاقتصادية ، نظرا لأنها قطاع مركب من عدة صناعات ، كالفندقة والنقل السياحى وصناعة الهدايات والسلع السياحية ، بالاضافة الى النشاطات التجارية العديدة ، كنشاط شركات السياحة وبنوك التمويل السياحى وشركات التأمين السياحية ، فضلا عن نشاط القطاع الحكومى من تسهيلات وتنسيق بين الأجهزة المختلفة ، وتسويق وتخطيط للتنمية السياحية .

وما دام العنصر البشرى يعتبر دعامة أساسية فى مكونات القطاع السياحى ، فيلزم اذن الإهتمام بإعداد القوى العاملة فى هذا القطاع وتنميتها بصفة مستمرة لرفع كفاءتها . كى تستطيع مواكبة التطورات الدائبة فى حركة السياحة الدولية ، ولأذواق السائحين واتجاهاتهم وتطلعاتهم المختلفة .

ولقد أصبحت ممارسة العمل السياحي بمختلف تخصصاته مهنة حديثة ، لها قواعدها العلمية وأصولها الفنية مثل غيرها من المهن الأخرى ، وبالتالي يجب تزويد العاملين فيها بالمعرفة المستمرة عن طريق التعليم والاعداد والتدريب قبل وأثناء ممارسة العمل . ولهذا حرصت معظم الدول المتقدمة سياحيا كالولايات المتحدة وايطاليا واسبانيا وفرنسا ، على توجيه اهتمامها نحو تكوين الانسان السياحي ، حيث انشأت على مستوى الجامعة كليات أو أقساما متخصصة في السياحة والفنادق ، كما انشأت مدارس ثانوية ومراكز تدريب لتخريج متخصصين سياحيين على كافة المستويات .

كما لجأت بعض الدول كالمملكة المتحدة الى انشاء جهاز تدريب حكومي متخصص لتخطيط البرامج التدريبية وتنفيذها ، بهدف رفع كفاءة الخدمة السياحية بكافة فروعها عن طريق التدريب المستمر داخل الفنادق ذاتها ، وفي مناطق تجميع تشترك فيها المنشآت السياحية الأصغر حجما ، ويسمى هذا الجهاز هيئة التدريب الفندقي .

ومن الأصول العامة للتدريب في المجال السياحي ما يلي :

- تزويد المتدربين من المستوى المتوسط والعالي المتخصص بالمعرفة العامة الشاملة عن السياحة وأصولها ومهامها الاقتصادية المهنية في مجال تخصصهم ، عن طريق أساليب التدريب التي تتفق ومسئوليات عملهم .

- توجيه الاهتمام في التدريب الى الجدوى الاقتصادية لكل مشروع للتنمية السياحية ضمن اطاره القطاعي أو الاقليمي .

- الاعتداد في وضع برامج التدريب بالأعمال والوظائف الحالية والمستقبلة ، وكذلك مستواهم الثقافي وطبائعهم النفسية ومتطلباتهم المادية والمعنوية ، لكي يحقق التدريب الفائدة المرجوة منه داخل الاطار البيئي لكل منهم .

- الاهتمام بقدرات كل متدرب ، ومدى ملاءمة شخصيته لنوع العمل الذي يزمع أداؤه في المستقبل .

٣.. الصفات المطلوبة للعاملين فى النشاط السياحى

ان العمل بقطاع السياحة والفندقة يستلزم أن يكون الفرد على مستوى مرتفع من الناحية المهنية والسلوكية ، علاوة على المظهر اللائق ، مع اجادة لغة أجنبية واحدة على الأقل اجادة تامة (الانجليزية أو الفرنسية) ومعرفة لغة أجنبية أخرى ، علاوة على الصفات الآتية :

أ.. أن يكون الفرد معتدا بنفسه :

ان صناعة السياحة والفندقة تتطلب من الفرد أن يحب العمل الذى يؤديه ويكون مقتنعا به ، ولديه وفرة من المعلومات العامة والثقافة القومية ، مع احساس بالوثوق بالنفس . ان هذه الصفات تكون ضرورية لفرد - مهما كانت وظيفته متواضعة - يتعامل مع سائحين لايعرفون الا قليلا عن العادات والنواحى الاجتماعية المحلية .

ان الشعور بالوثوق بالنفس فى المجال الوظيفى يمكن الوصول اليه من خلال التعليم والتدريب ، وهو أمر محمود ، بصفة عامة ، فى الوظائف الخدمية ، ولاشك أن الفرد المعتد بنفسه يحظى بنظرة اعجاب من السائحين .

ب.. أن يتمتع الفرد بصفة الصبر والتعاطف مع الآخرين :

ان من يتعامل مع السائحين لابد وأن تتوفر فيه صفة الصبر والتعاطف مع الآخرين بقدر يفوق المستوى العادى ، فالسائح يصل الى المنطقة السياحية بعد رحلة قد تكون شاقة ، وفى مكان الوصول غالبا ما يكون الجو حارا وإما باردا فضلا عن مشاق حمل الأمتعة .

وقد يواجه السائح مشكلات فى الجمارك أو الجوازات أوغيرها ، ويتعامل مع حمالين وسائقى تاكسى وأفراد أجانب لهم عادات متغايرة ولغة قد تكون مختلفة ... الخ

ومن هنا يحتاج السائح الى شخص يتوفر لديه بطبعه أو مكتسبا صفتي الصبر والتعاطف ، لتدعم ما قد يواجهه في مكان الوصول . ان اعداد البرامج التدريبية للعاملين في المجال السياحي والفندقي لادراك الأمور السابقة يمكن أن تحقق أهدافها تماما .

ج.. <u>القدرة على التعامل مع المواقف</u> :

كثيرا ما يتصف السائحون بالعدول عن رأيهم ، فهم يصلون الى مكان غالبا ما يرونه لأول مرة وتجذبهم اهتمامات كثيرة عن هذا المكان ، وقد يبدون الرغبة في الذهاب الى مزار معين سواء كان اضافيا أو بديلا عن المزار الأصلي ، هنا قد تثور مشكلة .. هل يبدي العامل المرافق للسائحين بأنه لايستطيع تعديل المسار دون الحصول على موافقة سابقة ؟ أم يقوم بالاستجابة لرغبتهم ؟ واذا كان الأمر الأخير ، هل هناك تكلفة اضافية على الرحلة ؟ وكيف يواجه السائحين بهذه الأمور ؟

ان القدرة على تكوين الرأي في مثل هذه الحالات تعتبر من متطلبات وظيفة العاملين في المجال السياحي ، انهم مطالبون بالاتصاف بالمرونة واتخاذ القرار في الحال ، ولابد أن يكونوا قادرين ، وخصوصا الجدد منهم ، على التعامل مع هذه المواقف من خلال التعليم والتدريب .

د.. <u>القدرة على التكيف</u> :

ان العامل في المجال السياحي والفندقي يجب أن يكون متعاونا ، يعمل في تناسق مع زملائه . ان العمل السياحي والفندقي هو عمل فريق ، فعمل كل فرد يكمل عمل الآخر مثله في ذلك مثل الفريق الرياضي . ان أي تداخل أو تعارض أو اختلاف بين العاملين ينعكس فورا على الأداء .

ويجب أن يراعي عند اختيار العاملين الجدد ، التأكد من أنهم يتمتعوا بهذه الصفة ، ويكونوا قادرين على العمل مع غيرهم لتحقيق الأهداف المطلوبة .

٤ . ٠ العمالة السياحية فى مصر

اتضح من العرض السابق أن للقوى البشرية دور حاسم فى التأثير على نمو السياحة وتطورها ، وقد برز الاهتمام فى السنوات الأخيرة ، نحو إعداد القوى العاملة فى القطاع السياحى من أجل تحسين الخدمة ورفع مستواها .

فلا يخفى أن السوق السياحى والفندقى فى مصر يتعرض لمشكلة نقص العمالة المدربة والمتخصصة ، ويرجع ذلك الى التوسع فى المشروعات السياحية والفندقية ، وهجرة كثير من العناصر الماهرة الى الدول المجاورة ، فضلا عن ظاهرة العزوف عن العمل لدى فنادق القطاع العام .

وعن العمالة فى القطاع السياحى والفندقى فى مصر .. نتناول ثلاث نقاط ، نشير اليها باختصار شديد فيما يلى :

١ .. <u>العمالة فى القطاع العام الفندقى</u> :

تمثل فنادق القطاع العام شريحة كبيرة فى المجتمع الفندقى فى مصر من حيث الاستثمارات ورقم الأعمال والعمالة ، وتحاول الجهات المعنية بادارة فنادق القطاع العام رفع مستوى العمالة من أجل رفع مستوى كفاءتها الانتاجية .

وقد أدى تطبيق لائحة العاملين بالقطاع العام على النشاط الفندقى فى الفترة الماضية الى ظهور مشكلات عديدة نجم عنها تسرب العاملين من فنادق القطاع العام نظرا الى عدم اتباع سياسة مرنة للأجور تتمشى مع طبيعة النشاط الفندقى ، وتتفق مع أوضاع العمالة فى السوق الفندقى فى مصر .

وترتب على السياسة الأجرية الواردة فى هذه اللائحة أن انخفض مستوى الخدمة مما أدى الى انخفاض ايرادات فنادق القطاع العام ، كما أدى زيادة عدد العاملين فى هذه الفنادق الى زيادة النفقات وتخفيض الأرباح ، بل أن بعض الفنادق قد حقق خسائر .

ومن جهة أخرى ترتب على تطبيق اللائحة المذكورة تأثيرات هامة تتعلق بالانتقاص من سلطات الادارة الفندقية على العاملين ، مما انعكس على حسن سير العمل بالقطاع العام الفندقى .

ونظرا لأن فنادق القطاع العام الفندقى تمثل أهمية خاصة للقطاع السياحى ، فقد اتجهت الجهات المعنية بادارة هذه الفنادق الى وضع لائحة خاصة للعاملين بها ، والاهتمام باختيار العاملين وتدريبهم وتطبيق سياسة الأجور والحوافز الايجابية والسلبية ، وفقا لمبدأ الثواب والعقاب ، كما اتجهت الى اسناد الادارة الى شركات كبرى للادارة الفندقية فى مجموعة من هذه الفنادق .

وفى اطار النظرة الشاملة لسوق العمالة السياحية والفندقية فى مصر ، يتضح لنا أن تخطيط العمالة بمستوياتها المختلفة ، تعتبر خطوة أساسية فى نجاح خطة التنمية السياحية ، على أن يعتمد هذا التخطيط على العمالة الوطنية ، والحصول على عنصر العمل من السوق المحلى ، ويلاحظ أن العمالة الأجنبية السياحية محدودة جدا ، وتوجد بصفة خاصة فى المشروعات الفندقية التى تديرها شركات أجنبية .

٢ .. التعليم والتدريب فى القطاع السياحى و الفندقى :

ويقوم التعليم والتدريب بدور هام فى اعداد العمالة السياحية على مستويات مختلفة .

أولا : التعـــــليم

أ .. التعليم الجامعى :

وتوجد كليتان للسياحة والفنادق بجامعتى الاسكندرية وحلوان ، تقدم خريجين فى التخصصات الثلاثة : السياحة والارشاد السياحى والفنادق ، بالاضافة الى قسم للارشاد السياحى فى المنيا ، وقسم لادارة المنشآت السياحية بأكاديمية السادات للعلوم الادارية .

ب .. التعليم العالى :

وتوجد مجموعة معاهد عالية ، والدراسة فيها أربع سنوات بعد الثانوية العامة فى التخصصات السابقة .

ج .. التعليم فوق المتوسط :

لمدة سنتين بعد الثانوية العامة ، وتوجد مجموعة من المعاهد ، بعضها تابع لوزارة التعليم العالى والبعض الآخر يتبع الشركة المصرية للسياحة والفنادق "ايجوث" بالاضافة الى المعاهد الخاصة .

د.. التعليم المتوسط :

- لمدة خمس سنوات : بعد الدراسة الاعدادية للحصول على دبلوم المدارس الفنية المتقدمة للشئون الفندقية والخدمات السياحية .
- لمدة ثلاث سنوات : بعد الدراسة الاعدادية للحصول على دبلوم المدارس الثانوية للادارة والخدمات (شعبة شئون فندقية) .

ثانيا : التدريـــــــب

أما التدريب السياحى والفندقى فتقوم به عدة جهات ، أهمها :

أ.. **وزارة السياحة :**

وتقوم بتنظيم دورات تدريبية داخلية فى مصر وخارجها ، من خلال المنح التدريبية التى تحصل عليها الوزارة ، وتعد هذه الدورات ادارة التدريب والتنظيم

ب.. **الفنادق التابعة للقطاع العام :**

وتقوم بتنظيم دورات تدريبية للعاملين بها سواء كانت داخلية عن طريق مراكز التدريب التابعة لها ، أو خارجية وفقا لاتفاقيات مع بعض الدول ، وتوجد مدرستين فندقيتين فى مدينتى الاسكندرية و الأقصر ، تابعتين للشركة المصرية العامة للسياحة والفنادق " ايجوث " ، ومركز تدريب بالقاهرة تابع لشركة الفنادق المصرية ، بالاضافة الى المعهد الفندقى بالاسماعيلية ، الذى انشأته شركة الشرق الأوسط للتدريب والاستثمار السياحى .

ج.. **الفنادق الكبرى ذات الادارة الأجنبية (كالهيلتون والشيراتون) :**

وتتولى تدريب العاملين فيها قبل الالتحاق بالعمل وبعده ، حيث يستمر التدريب اثناء العمل بالنسبة للمستويات الأساسية والاشرافية التخصصية .

د.. **شركات السياحة (قطاع عام وخاص) :**

حيث يتم التدريب فيها اثناء العمل .

ومن الواضح أن السوق السياحى والفندقى فى مصر يحتاج الى زيادة عدد مراكز التدريب ، وتزويدها بالتجهيزات المتطورة ، واعداد المدربين خصوصا فى التخصصات التى يحتاجها السوق السياحى والفندقى .

وهنا تبدو الحاجة الى وجود خطة شاملة تطبق على المستوى القومى .

تذكر أن

١.. يلعب عنصر العمل دوراً فى النشاط السياحى ، لأن سلوك العاملين فى هذا النشاط يؤثر تأثيرا كبيرا على مستوى أداء الخدمة السياحية .

٢.. يعمل فى خدمة النشاط السياحى - نوعين من العمالة :

- العمالة المباشرة :

التى تعمل فى شركات السياحة والنقل السياحى والفنادق والقرى السياحية وغيرها من منشآت الاقامة ، وكذلك المطاعم ومحال بيع التحف والتذكارات السياحية .

- العمالة غير المباشرة :

وهى التى تعمل فى الأنشطة التى تخدم القطاع السياحى ، ومنها الأنشطة الزراعية التى تقدم الطعام والشراب ، والأنشطة الصناعية التى تقوم بصناعة الأثاث والمصنوعات التى تلقى رواجا بين السائحين .
وشركات المقاولات والمبانى التى تقوم بتشييد المشروعات السياحية والفندقية .

٣.. ان توظيف العمالة الأجنبية فى صناعة السياحة عادة ما يكون لعدم قدرة سوق العمل المحلى على توفير بعض نوعيات من العمالة كوظائف الادارة العليا ، والوظائف المتخصصة ، وعادة ما تستخدم العمالة الأجنبية عندما تكون المشروعات الفندقية بصفة خاصة تدار بواسطة ادارة أجنبية .

٤.. يتطلب توفير العمالة المطلوبة للقطاع السياحى عدة خطوات :

أ.. حصر المهارات المتاحة من العمالة السياحية .

ب.. التعليم والتدريب .

٥.. <u>الصفات المطلوبة للعاملين فى النشاط السياحى</u> :

أ.. أن يكون الفرد معتدا بنفسه .

ب. أن يتمتع الفرد بصفتى الصبر والتعاطف مع الآخرين .

جـ القدرة على التعامل مع المواقف .

د. القدرة على التكيف .

٦.. يرجع نقص العمالة المدربة أو المتخصصة فى مصر الى التوسع فى المشروعات السياحية والفندقية وهجرة كثير من العناصر الماهرة الى الدول المجاورة .

٧.. يقوم التعليم والتدريب بدور هام فى اعداد العمالة السياحية والفندقية على مستويات مختلفة :

- التعليم الجامعى والعالى .
- التعليم المتوسط (٣ سنوات ، ٥ سنوات)
- التدريب للعاملين بالقطاع السياحى أو لاعداد الذين يريدون الالتحاق به ، فتقوم به عدة جهات ، أهمها :

وزارة السياحة ، والهيئات الاقليمية لتنشيط السياحة ، بالاضافة الى الفنادق الكبرى .

... الفصل السادس ...

ميزان المدفوعات ... و ... الميزان السياحي

.....

يساهم قطاع السياحة فى زيادة موارد الدولة بما يجلبه من النقد الأجنبى الذى يساعد الدولة على سد بعض العجز فى ميزان المدفوعات ، وذلك من خلال عملية نقل الأموال بواسطة السائحين من بلد الى آخر ، والتى نطلق عليها ما يسمى " بالصادرات غير المنظورة " فكلما زادت موارد دولة ما من السياحة وبالتالى زادت موارد فنادقها التى يؤول اليها عادة نصف هذه الموارد ، زادت قدرة هذه الدولة على التعاقد مع الخارج وعلى سداد ديونها .

فالموارد السياحية تنعش التجارة الدولية وتوسع قاعدة الالتزامات المالية نحو الخارج سواء على شكل زيادة الواردات أو عن طريق القدرة على سداد المستحقات غير المنظورة ، كتحويل أجور العمال الأجانب الذين يستدعى استخدامهم التوسع فى المشروعات السياحية والفندقية ، وبذلك تحقق الموارد السياحية التوازن فى العمليات المالية الجارية غير المنظورة .

ولقد تعرضت معظم الدول النامية خلال السنوات القليلة الماضية الى مشكلات اختلال فى موازين مدفوعاتها الدولية ، وبصفة خاصة عجز هذه الموازين ، ولهذا تحاول هذه الدول دعم صناعاتها التصديرية من أجل زيادة حصيلتها من النقد الأجنبى بمنحها حوافز متعددة ، ويمكن للسياحة الدولية أن تلعب دورا هاما من أجل زيادة مواردها من النقد الأجنبى .

وهكذا تمارس الحركة السياحية تأثيرها على ميزان المدفوعات من خلال الايرادات السياحية التى تحصل عليها مصر من تحويلات السائحين الى مصر ، وتظهر هذه الايرادات ضمن بنود ميزان المعاملات الجارية غير المنظورة بميزان المدفوعات فى جانب المتحصلات

كما تؤثر الحركة السياحية على جانب الاستخدامات أو المدفوعات عن طريق تحويلات المصريين الى الخارج بغرض السياحة ، وذلك فضلا عما يحتاجه قطاع السياحة والفنادق من الخارج (سلع فى شكل أطعمة ومفروشات وأثاث وأسرة ... الخ)

ومن هنا كان من الضرورى دراسة ميزان المدفوعات الدولية ، حيث نعرفه ونتعرف على بنوده بشيء اجمالى ، لنرى مكان السياحة الدولية من بين عناصره .

١ - تعريف ميزان المدفوعات

يمكن تعريف ميزان المدفوعات لأى دولة بأنه : " سجل ملخص منظم لكل المعاملات الاقتصادية خلال مدة معينة بين المقيمين فى هذه الدولة والمقيمون فى بقية دول العالم " .

فالتعريف يتعلق بميزان المدفوعات ، وكلمة ميزان تعنى وجود كفتين متقابلتين متضادتين ، تستخدمان فى التعرف على حالة ما يعبر عنه هذا الميزان ، احدى الكفتان تعبر عن حالة دائنية الدولة تجاه العالم الخارجى ، والكفة الثانية تعبر عن حالة المديونية .

ويعنى ميزان المدفوعات بتسجيل كل المعاملات الاقتصادية بشكل ملخص ، وهذا يعنى الشمول وفى نفس الوقت التلخيص ، فيتم تسجيل جميع الصفقات الاقتصادية دون تفصيل لكل مفردة منها ، فتجمع البنود المثيلة وتسجل كبند واحد ، وتتعدد أنواع الصفقات الاقتصادية التى تتم بين الدول .

ويعد ميزان المدفوعات عن مدة معينة تتمثل فى الغالب سنة واحدة ، قد تختلف فى بدايتها ونهايتها من دولة الى أخرى ، فقد تأخذ بالتقويم الميلادى فتبدأ من أول يناير الى آخر ديسمبر من نفس العام ، او قد تبدأ وتنتهى فى شهور أخرى حسب ظروف كل بلد ، وقد يعد الميزان كذلك عن فترات أقصر من سنة لفائدته فى توجيه السياسات الاقتصادية .

ويعرف (المقيم) لأغراض استخدام ميزان المدفوعات بأنه : " أى شخص طبيعى أو معنوى تربطه علاقات قوية باقليم الدولة ، ويخضع لقوانينها ، ويتمتع بحمايتها وقت اللزوم ، ولاتشترط الاقامة الدائمة فى بلد معين حتى يعد الفرد من المقيمين بها ، فقد يسافر الفرد الى الخارج للعلاج أو السياحة أو التعليم ، ولايسقط هذا من صفة اعتباره من مقيمى بلده الأصلى .

ولايجوز أن يفهم من ذلك أن المقيم هو المتمتع بجنسية البلد ، فالفرد يعتبر مقيما حيث يعيش فى العادة ، والسائح يعتبر مقيما بالنسبة لبلده الأصلى ، ولكن رجل الأعمال الذى يعيش فى الخارج لمدة طويلة تتعدى فترة معينة (تحددها قوانين الدولة التى يعيش فيها) يعتبر كالمقيم فى الدولة الأجنبية ، والشركات الأجنبية التى تزاول نشاطها فى بلاد غير التى تتبعها ، تعتبر مقيمة من وجهة نظر ميزان مدفوعات تلك البلاد ، ولاتعتبر مقيمة من وجهة نظر ميزان مدفوعات البلاد التى تتبعها ، أما المنظمات الدولية ، كالأمم المتحدة وصندوق النقد الدولى والبنك الدولى ، تعتبر أجنبية بغض النظر عن مكان تواجدها ، بينما لايعتبر موظفيها كذلك .

وهكذا يوضح ميزان المدفوعات العلاقة بين اجمالى مدفوعات الدولة الى كل الدول الأخرى ، واجمالى ايراداتها منها ، ويمكن أن يعرف على أنه بيان للدخل والمنصرف على مستوى الحساب الدولى .

٢- أقسام ميزان المدفوعات

لاتوجد طريقة واحدة سليمة لكيفية عرض العناصر المكونة لميزان المدفوعات ، فيتوقف الأمر على نوع النظام النقدى العالمى السائد ، وطبيعة المشكلات التحليلية المراد دراستها على ضوء المعاملات الدولية للبلد .

ويهمنا هنا أن نشير الى أنه اذا استلزم النظام النقدى السائد الحفاظ على معدلات صرف لاتتعدى حدين معينين حول معدل الصرف الثابت (وليكن ١٪ من المعدل الثابت) مثلما كان عليه الحال فى سنة ١٩٤٦ حتى ١٩٧١ ، تقوم السلطات النقدية الرسمية بالتدخل فى سوق الصرف الأجنبى بالشراء أو البيع ، ويستدعى هنا الأمر استخدام ميزان عمليات الاحتياطى الرسمية ، لتحديد التغير الصافى فى الاحتياطيات الدولية للبلد كنتيجة للتدخل فى سوق الصرف .

أما اذا كان النظام النقدى العالمى السائد يسمح بمعدلات صرف تتغير حسب ظروف العرض والطلب على النقد الأجنبى ، لاتكون هناك حاجة لاحتياطيات دولية ، ويتم انجاز كل الموازين من خلال تحركات معدل الصرف حتى يتساوى العرض مع الطلب فى أسواق الصرف الأجنبى .

وإذا تدخلت الدولة لإدارة المعدل المتغير للصرف لتجنب خروجه عن حدود معينة ، استلزم الأمر كذلك وجود أصول نقدية مقبولة دوليا للتدخل بها في سوق الصرف لتنفيذ المطلوب .

وتمثل المعاملات التى تدرج فى ميزان المدفوعات تدفقات ، اما للداخل (متحصلات) وتصبح الدولة بخصوصها دائنة ، وتعامل مفرداتها باشارة موجبة (+) ، واما تدفقات للخارج (مدفوعات) وتصبح الدولة بمقتضاها مدينة ، وتعامل مفرداتها باشارة سالبة (−) .

فالمعاملات التى يشتمل عليها ميزان المدفوعات تخلق متحصلات ومدفوعات دولية ، وهى تنقسم الى نوعين رئيسيين :

أ.. معاملات تحدث في سوق السلع والخدمات :

وتترتب بالتالى على الانتاج الجارى أو تؤثر فيه ، فهى تنشأ بصدد ما تم من انتاج جارى ، وما يحدث من انفاق للدخل الجارى ، أى تتعلق بالفترة الزمنية التى يغطيها ميزان المدفوعات ، ويتم تسجيلها فى الحساب الجارى من ميزان المدفوعات .

ب.. معاملات تتضمن شراء وبيع الأصول :

وبالتالى يترتب عليها اما مدفوعات أو متحصلات دولية ، ولكنها لاتتعلق بالانتاج الجارى ، فلا تؤثر عليه بالزيادة أو النقص ، ولكنها قد تؤثر على الانتاج فى الفترات القادمة ، فيزيد بما يحدث من استثمارات ، وزيادة فى الأصول المشتراة ، ويتم تسجيل هذه المعاملات في ميزان حساب رأس المال .

ويعنى هذا أن ميزان المدفوعات ينقسم الى جزءين ، كما هو موضح فى الجدول التالى (ميزان الحساب الجارى أو ميزان المعاملات الجارية) ، و (ميزان حساب رأس المال) :

نموذج نمطى لميزان المدفوعات

المتحصلات (+)	المدفوعـات (-)

ميزان الحساب الجارى

- صادرات منظورة (سلع)	- واردات منظورة (سلع)
(رصيد ميزان التجارة)	
- صادرات غير منظورة (خدمات)	- واردات غير منظورة (خدمات)
- هبات - تعويضات - اعانات - تحويلات الى المقيمين من جانب واحد	- هبات - تعويضات - اعانات - تحويلات الى غير المقيمين من جانب واحد

(رصيد ميزان الحساب الجارى ±)

ميزان حساب رأس المال

- واردات رؤوس الأموال طويلة الأجل (استثمارات - قروض)	- صادرات رؤوس الأموال طويلة الأجل (استثمارات - قروض)
- واردات رؤوس الأموال قصيرة الأجل	- صادرات رؤوس الأموال قصيرة الأجل
- صادرات الذهب (للأغراض النقدية)	- واردات الذهب (للأغراض النقدية)
- السحب من رصيد العملات الأجنبية	- الاضافة الى رصيد العملات الأجنبية

رصيد ميزان حساب رأس المال (±)

السهو أو الخطأ (±)

بند متمم

ويسجل ميزان الحساب الجارى الصادرات والواردات من كل من السلع المادية ومختلف أنواع الخدمات بالاضافة الى التحويلات ، وقد تميز الصادرات والواردات السلعية ، وتسجل منفردة فى الميزان التجارى ، باعتبارها منظورة تختلف عن بقية مفردات ميزان الحساب الجارى غير المنظورة .

وقد تستبعد التحويلات من جانب واحد والهبات والتعويضات والاعانات من ميزان الحساب الجاري ، توضع في ميزان مستقل ، أو تضاف الى ميزان حساب رأس المال وذلك اذا لم تأخذ هذه التحويلات صفة الدورية ، وطالما لم ترتبط بالانتاج الجاري .

وتتمثل الصادرات المنظورة في قيمة السلع المباعة من المقيمين بالبلد الى غير المقيمين ، وتنتقل هذه السلع من داخل البلد عبر حدوده السياسية الى خارجه ، أما الواردات المنظورة فهي تعبر الحدود السياسية للبلد من الخارج الى الداخل ويشتريها المقيمون بالبلد من غير المقيمين ، وتكون الدولة دائنة بمقدار ما تصدره من سلع ، ومدينة بمقدار وارداتها من السلع .

وبالنسبة للصادرات والواردات غير المنظورة فهي تتمثل في تبادل لخدمات بين مقيمي البلد وغير المقيمين فيه ، فالخدمات التي يقدمها المقيمون للغير تعتبر صادرات غير منظورة تزيد دائنية البلد تجاه الدول الأخرى التي قدمت الخدمات لأفراد مقيمين فيها .

وكذلك الخدمات التي تقدم من أفراد مقيمين في دول أخرى الى المقيمين بالبلد المعنية تعتبر واردات غير منظورة لهذه البلد ، فلا يقتصر التبادل التجاري بين الدول على السلع المادية الملموسة أو المنظورة فحسب ، بل يمتد أيضا الى العديد من الخدمات ، وذلك مثل :

- خدمة نقل الركاب وشحن البضائع بالطرق البحرية والجوية ، وخدمة المرور في القنوات المائية التي تقع ضمن الأراضي الاقليمية لدول معينة ، وذلك مثل المرور في قناة السويس لغير المقيمين في مصر ، والتي تعتبر لمصر صادرات غير منظورة .

- خدمة التأمين التي تقدم لأفراد أو التي تتم على بضائع خاصة بأفراد غير مقيمين ، فيعتبر ما يدفع مقابلها من أقساط أو رسوم من قبيل الصادرات غير المنظورة للدولة المقدمة للخدمة ، ويعتبر هذا المقابل واردات غير منظورة للدولة المستفيدة بالخدمة .

- خدمة السياحة ، وتشمل كافة الخدمات التى تقدم للمسافرين خارج محال اقامتهم المعتادة سواء كانت خدمات سياحية أو تعليمية أو علاجية أو خلافه ، وتعتبر كافة هذه الخدمات واردات غير منظورة للبلد التابع لها المسافر ، وهى فى نفس الوقت صادرات غير منظورة للبلد التى قدمت هذه الخدمات لهؤلاء المسافرين غير المقيمين فيها ، كما تعتبر كافة نفقات البعثات الدبلوماسية والحكومية مهما كان الغرض منها ، واردات غير منظورة للبلد التى تمثلها هذه البعثات ، وفى نفس الوقت صادرات غير منظورة للدولة المضيفة .

- يترتب على ما تقدمه عوامل الانتاج من خدمات تحقيق عائد معين ، قد يتمثل فى صورة فوائد أو أرباح أو ريع ، وقد يمتلك عوامل الانتاج هذه أفراد غير مقيمين بالبلد محل الاستثمار ، ومن ثم يتعين خروج هذه العوائد على شكل مدفوعات لهم ، يحصلون عليها حيث تكون أماكن اقامتهم المعتادة بالخارج ، وهنا يعتبر البلد محل الاستثمار مدين بهذه المدفوعات ، وتعتبر البلاد محل اقامة أصحاب عناصر الانتاج دائنة بما يصلها من متحصلات .

وقد يسافر مواطنى البلد للعمل بالخارج ، ولا تنقطع صلتهم بموطنهم الأصلى ، فيقوموا بتحويل جزء من مدخراتهم من وقت الى آخر اليه ، هذه التحويلات تمثل متحصلات للموطن الأصلى بقيمتها دائنة ، وهى فى نفس الوقت مدفوعات للبلد الذى يعمل فيه هؤلاء الأفراد ، ويعتبر هذا البلد مدين بها .

وقد يضاف بند الهبات والتعويضات والاعانات الى بقية بنود ميزان الحساب الجارى ، وهنا تسجل المفردات التى تمثل متحصلات فى الجانب الدائن من الميزان ، لأنها تأخذ نفس حكم الصادرات من حيث تحقيق موارد للميزان ، وتسجل من جهة أخرى المفردات التى تمثل مدفوعات فى الجانب المدين ، باعتبارها فى نفس حكم الواردات بالنسبة للدول التى تقدم الهبات أو التعويضات أو الاعانات ، ومن الأمثلة على ذلك الهدايا والهبات التى تصل الى الأفراد المقيمين أو الهيئات الوطنية من جهات أو أفراد بالخارج ، والتعويضات التى حصل عليها الاسرائيليون من ألمانيا وغيرها بعد الحرب العالمية الثانية ، والاعانات أو الدعم الذى حصلت عليه دول المواجهة العربية بعد حرب ١٩٦٧ .

وهكذا نجد أن ميزان الحساب الجارى للبلد يسجل فى الجانب الدائن كافة العمليات الجارية التى يترتب عليها متحصلات للبلد سواء كانت صادرات منظورة أو غير منظورة أو تحويلات أو هبات متلقاه ، وما فى حكمها ، ويسجل فى الجانب المدين كافة العمليات الجارية التى يترتب عليها مدفوعات تدفعها البلد سواء كانت واردات منظورة أو غير منظورة أو تحويلات أو هبات للغير فى الخارج وما فى حكمها . وبزيادة جانب المتحصلات (الدائن) عن جانب المدفوعات (المدين) يكون ميزان الحساب الجارى فى حالة فائض ، واذا حدث العكس وقلت (انخفضت) المتحصلات عن المدفوعات يكون ميزان الحساب الجارى فى حالة عجز .

ننتقل الى الجزء الثانى من ميزان المدفوعات ، وهو الخاص بميزان حساب رأس المال الذى تسجل فيه التعاملات التى تغير من أصول وخصوم الدولة قبل العالم الخارجى ، أى التعاملات بين المقيمين وغير المقيمين بشراء وبيع الأصول ، وزيادة ونقص الخصوم ، ولاتتسم هذه التعاملات بالدورية ، ولاتمثل مصدرا من مصادر الدخل الجارى .

وقد يقتصر مفهوم حساب رأس المال بالمعنى الضيق على حركة رؤوس الأموال طويلة وقصيرة الأجل ، فيتضمن صادرات وواردات رؤوس الأموال (القروض والاستثمارات) طويلة وقصيرة الأجل ، وقد يتسع مفهوم حساب رأس المال ، ويتضمن بالاضافة الى ذلك التعاملات فى الذهب النقدى والأصول الاحتياطية الأخرى ، وبالذات العملات الأجنبية القابلة للتحويل واحتياطى الدولة لدى صندوق النقد الدولى وحقوق السحب الخاصة .

وتتمثل واردات رؤوس الأموال فى تدفق رأس المال لداخل البلد ، ويعالج هذا التدفق فى الميزان كمفردة دائنة ، باعتبار أنه قد تم مقابل تصدير أو بيع أوراق مالية بقيمة مناظرة (أسهم ، سندات ، ... الخ) أو مقابل اكتساب الغير لما يفيد زيادة حقوقهم تجاه البلد المعنية ، ومقابل نقص ما يكتسبه المقيمون من حقوق تجاه غير المقيمين .

ويتم التمييز بين واردات رؤوس الأموال حسب المدى الزمنى الذى يغطيه التعامل ، فيعتبر التعامل طويل الأجل اذا ما تعلق بمدة تتعدى سنة واحدة ، ويعتبر قصير الأجل اذا تعلق بأقل من سنة .

ومثال لواردات رؤوس الأموال طويلة الأجل ، نجد ما يتم من استثمار أجنبي مباشر بالبلد المعني ، سواء بانشاء مشروع أجنبي داخل البلد أو المساهمة في رأسمال مشروع قائم أو شراء غير المقيمين لأوراق مالية طويلة الأجل ، أو حصول حكومة البلد المعنية أو الأفراد المقيمون فيها على قروض طويلة الأجل من الحكومات الأجنبية أو الأفراد غير المقيمين .

أما واردات رؤوس الأموال قصيرة الأجل ، فنذكر منها ما يرد الى البلد من تدفقات رأسمالية لشراء ما تصدره حكومتها من أذونات خزانة أو سندات (يقل عمرها عن سنة) ، وما يتحقق من ايداعات أو زيادة في أرصدة غير المقيمين لدى البنوك المحلية ، وما يحدث من سحب في ايداعات المقيمين من البنوك الأجنبية ، وما يتم من زيادة ما يمتلكه غير المقيمين من مطالبات تجارية أو دائنية تجاه المقيمين أو حكومة البلد المعنية ، وهكذا نجد أنه بتدفق رأس المال قصير الأجل الى البلد ، قد يحدث أن تزيد التزامات الدولة الى غير المقيمين ، أو قد تقل مطالب الدولة على غير المقيمين .

وبعكس واردات رؤوس الأموال ، نجد أن صادرات رؤوس الأموال تمثل تدفق رأس المال الى خارج البلد ، ويعالج هذا التدفق في ميزان رأس المال كمفردة مدينة ، باعتبار أنه قد تم مقابل استيراد أو شراء أوراق مالية بقيمة مناظرة ، أو مقابل اكتساب البلد لما يفيد زيادة حقوقها تجاه البلاد الأخرى ، أو مقابل نقص ما يكتسبه غير المقيمين من حقوق تجاه المقيمون

ويتم التمييز كذلك بين صادرات رؤوس الأموال حسب المدى الزمني الذي يغطيه التعامل ، فيعتبر التعامل طويل الأجل اذا تعلق بمدة تتعدى سنة واحدة ، ويعتبر قصير الأجل اذا تعلق بأقل من سنة ، بالاضافة الى حركة الذهب .

<u>وفيما يلي نورد تصورا للميزان السياحي</u> :

الجانب المدين	الجانب الدائن
- الايرادات السياحية (الانفاق بواسطة السائحين)	- المصروفات السياحية للمواطنين
- الصادرات (السلع والهدايات السياحية والبضائع والآلات السياحية ، القطع الأثرية والفنية)	- البضائع المستوردة (غالبا مكونات وآلات وغيرها لقطاع السياحة
- النقل (نصيب الشركة الوطنية للطيران والملاحة من النقل الجوى الدولى السياحى)	- النقل (نصيب الشركات الأجنبية من سفر المواطنين للخارج للسياحة)
- الاستثمار السياحى الأجنبى	- الاستثمارات السياحية بالخارج
- العائد من الاستثمارات السياحية بالخارج	- التحويلات من العاملين الأجانب من عملهم بمصر للخارج
- التحويلات من العاملين الوطنيين بقطاع السياحة فى الخارج	- المصروفات على الدعاية السياحية فى الخارج
- المصروفات على الدعاية السياحية والاعلانات الأجنبية السياحية فى مصر	- المصروفات الوطنية والاعلانات السياحية بالخارج
المجموع ××	××

٣.. تأثير النشاط السياحى على عناصر ميزان المدفوعات

للنشاط السياحى تأثيرات مختلفة على عناصر ميزان المدفوعات ، سواء تمثل فى نشاط السياحة الداخلية أو السياحة الخارجية ، وقد يكون صافى مكاسب السياحة الدولية من النقد الأجنبى كبيراً وصغيراً ، حيث يعمل على تخفيض العجز أو زيادة الفائض فى ميزان العمليات الجارية ، كما قد تحقق السياحة الدولية رقماً سالباً حيث تعمل على زيادة العجز أو تخفيض الفائض فى ميزان العمليات الجارية ، ومن ثم تكون السياحة هنا عبئاً على ميزان المدفوعات .

وتأتى تأثيرات النشاط السياحى على عناصر ميزان المدفوعات من عدة وجوه ، نورد أمثلة لها فيما يلى :

١. المتحصلات السياحية وتتمثل فى انفاق السائحين الأجانب (غير المقيمين) فى الداخل (الايرادات من السياحة الدولية) . والمدفوعات السياحية وتتمثل فى انفاق السائحين الوطنيين (المقيمون) فى الخارج (الانفاق على السياحة الدولية) .
وينطوى هذا البند على الميزان السياحى ، ويدخل فى حساب التجارة غير المنظورة .

٢. متحصلات ومدفوعات خدمات النقل الدولية (شركات الطيران وشركات النقل البحرى) ، وتعتبر بنداً من بنود التجارة غير المنظورة .

٣. صادرات وواردات السلع المختلفة للأغراض السياحية ، وتدخل فيها المعدات والتجهيزات والأثاث والطعام والشراب ... الخ ، المتعلقة بالأنشطة السياحية والفندقية ، وتعتبر ضمن بنود حساب التجارة المنظورة .

٤. متحصلات أو مدفوعات الفوائد والأرباح على الاستثمارات السياحية بالنسبة للدول المصدرة للاستثمارات والمستوردة لها ، وتدرج فى حساب التجارة غير المنظورة .

٥. التحويلات النقدية من جانب العاملين فى القطاع السياحى فى الداخل أو الخارج (العمالة المغتربة) وتدخل فى حساب التحويلات من جانب واحد .

٦. الانفاق على التسويق السياحي والدعاية والاعلان ونفقات المكاتب السياحية وشركات الطيران والملاحة في الداخل أو الخارج ، ويدرج في حسب التجارة غير المنظورة

٧. الاستثمارات الأجنبية في مجال السياحة والمتدفقة الى الداخل والاستثمارات الوطنية في الخارج ، وتعتبر أحد بنود رأس المال طويل الأجل

واذا كانت هذه الأنشطة السياحية تمثل تأثيرات مضاعفة على عناصر ميزان المدفوعات ، فإن هناك تأثيرات أخرى تتمثل في حفز القطاع السياحي على الاستيراد والتصدير ، فتؤدى زيادة الانفاق السياحي المبدئي الى تأثيرات مضاعفة في الدخل القومي ، وفقا لمضاعف الانفاق السياحي ، كما يترتب على زيادة الدخل القومي ، زيادة الاستيراد ، طبقا للميل الحدي للاستيراد (التغير في الاستيراد مقسوما ÷ التغير في الدخل القومي) .

ومن جهة أخرى قد تؤدى الأنشطة السياحية الى تشجيع الشركات الوطنية على تصدير السلع الى الخارج ، وهناك مثال واضح على ذلك في نيوزيلندا ، فقد أدى اقبال السائحين اليابانيين والأمريكيين على شراء كميات كبيرة من المنتجات الجلدية الرخيصة في نيوزيلندا الى تشجيع التوسع في هذه الصناعة ، لا من أجل تلبية الطلب على المنتجات الجلدية في الداخل ، بل تعداه الى تصديرها الى الأسواق الخارجية .

ويمكن أن نتصور مدى تأثير القطاع السياحي على ميزان المدفوعات ، اذا أخذنا في الاعتبار العناصر السابقة ، ويمكن تصويرها في شكل جدول على النحو التالي :

النشاط السياحي	دائن متحصلات	مدين مدفوعات	رصيد صافى ±
- الايرادات من السياحة الدولية (انفاق غير المقيمين في الداخل)	**		
- الانفاق على السياحة الدولية (انفاق المقيمين في الخارج)		**	
- السلع السياحية المصدرة للخارج (كالطعام والسلع السياحية المختلفة)	**		
- السلع المستوردة للقطاع السياحي (كالطعام والتجهيزات للمنشآت السياحية)		**	
- ايرادات النقل البحري والجوى (استخدام الأجانب لوسائل النقل الوطنية)	**		
- الانفاق على النقل البحري والجوى (استخدام الوطنيين وسائل النقل الأجنبية)		**	

البند		
- الاستثمارات الأجنبية فى المشروعات السياحية فى الداخل	**	
- الاستثمارات الوطنية فى المشروعات السياحية فى الخارج		**
- عائدات الاستثمار الوطنية فى المشروعات السياحية المحولة للداخل	**	
- عائدات الاستثمار الأجنبية فى المشروعات السياحية المحولة للخارج		**
- تحويلات للداخل من العمالة الوطنية فى المشروعات السياحية فى الخارج		**
- تحويلات للخارج من العمالة الأجنبية فى المشروعات السياحية فى الداخل	**	
- نفقات من جانب الشركات السياحية الأجنبية فى الداخل للأغراض السياحية	**	
- نفقات من جانب الشركات السياحية الوطنية فى الخارج للأغراض السياحية (كالدعاية والاعلان)	**	

من الجدول السابق نجد أن المراد منه هو الحصيلة المتحققة من العملة الصعبة المتحققة من السياحة ، أى مدى امكانيتها فى دعم ميزان المدفوعات ونشاطه ، الذى يسمى بأهمية الاقتصاد السياحى فى دعم ميزان المدفوعات .

٤ - أثر السياحة الدولية فى تدعيم ميزان المدفوعات فى الدول النامية ومنها مصر

ان الاقتصاد السياحى له دور فى دعم ميزان المدفوعات فى الدول النامية ، والتى بها عوامل جذب سياحية مثل مصر ، حيث تواجه الدول النامية قصورا فى الصادرات السلعية فى الأسواق العالمية ، مشكلات متنوعة أبرزها التراخى فى زيادة حجم الصادرات من المنتجات الأولية ، فى الوقت الذى ترغب فيه الدول النامية زيادتها من أجل استخدام حصيلتها فى مشروعات التنمية الاقتصادية ، ولكن نجد أن التصدير من الدول النامية الى الدول الكبرى يواجه مشكلة ضيق الطلب على سلعها ، لذلك نجد أن ميزان مدفوعات هذه الدول يتصف بعجز الصادرات فى مقابلة الواردات .

تبقى بعد ذلك السياحة باعتبارها أحد عناصر العمليات الجارية بميزان المدفوعات . ان قطاع السياحة يتفوق على القطاع الصناعى فى مجال التصدير من حيث الاعتبارات الخاصة بأسعار بيع المنتجات وتنويع الصادرات واستقرار حصيلة النقد الأجنبى ، الأمر الذى يعطى السياحة ميزة ، فضلا عن فرص الدول النامية فى مجال الصادرات السلعية ، وخاصة بالنسبة للدول التى تمتلك عوامل مرموقة من الجذب السياحى ، وتستخدمها استخداما حسنا ، وهو ما يسمى (حسن تخصيص الموارد أو الاستغلال الأمثل للموارد)

وبالاضافة الى ذلك فإن الاعتماد على التكنولوجيا المتطورة يكون بدرجة كبيرة أقل فى السياحة عنه فى الصناعات الأخرى ، وهذه النقطة تعتبر ذات أهمية كبرى فى عالمنا المعاصر ، فالتغيرات التى تحدث فى مجال الانتاج الصناعى هى تغيرات سريعة لابد من ملاحقتها أولا بأول ، ولكن السياحة تغيراتها بمعدل أقل .

ومن أهم أدوات اعاقة التوازن فى ميزان المدفوعات ، مضاعف التجارة الخارجية الذى يتماثل مع مضاعف الانفاق السياحى ، ووفقا لهذه الفكرة فإن انفاق العالم الخارجى ، أى الانفاق على صادرات السلع والخدمات (ويدخل فى هذا القسم من الانفاق ، الانفاق على الخدمات السياحية) يؤدى الى زيادة الانفاق الاجمالى ، وبالتالى يؤدى الى زيادة الدخل القومى ، وتؤدى حركة الدخل القومى من خلال مضاعف التجارة الخارجية الى الاقتراب من التوازن فى ميزان المدفوعات مرة أخرى .

وينحاز كثير من كتاب الاقتصاد السياحى الى السياحة الدولية ، لكى تقوم بدور له وزنه فى تدعيم ميزان المدفوعات فى الدول النامية ، على اعتبار أن عناصر الميزان الأخرى (العمليات التلقائية) تواجه عدة مشكلات ، نوجزها فيما يلى :

أ. تواجه الصادرات السلعية فى الأسواق العالمية مشكلات متنوعة ، لعل أبرزها التراخى فى زيادة حجم الصادرات من المنتجات الأولية ، فى الوقت الذى ترغب فيه الدول النامية زيادتها ، من أجل استخدام حصيلتها فى مشروعات التنمية الاقتصادية ، ويرجع ذلك الى الظروف غير المواتية التى يتعرض لها الطلب فى البلاد المتقدمة (التى تتجه اليها معظم صادرات المنتجات الأولية) كمنافسة البدائل الصناعية والاتجاه الى التقليل من استخدام المواد الخام ، فضلا عما تتعرض له من قيود استيرادية ، ومن المتوقع أن يكون نمو صادراتها ازاء أوضاع السوق العالمى ، ومن ثم لاتستطيع الدول النامية التعويل عليها بدرجة كبيرة فى دعم ميزان المدفوعات .

أما صادرات الدول النامية من المنتجات الصناعية ، فإنها لاتمثل الا نسبة ضئيلة من مكونات الصادرات ، ويعتبر دخول الدول النامية بمنتجاتها الصناعية الى السوق العالمى من الأمور المعقدة ، اذ أنها لاتستطيع منافسة المنتجات الصناعية للدول المتقدمة التى تصل الى درجة عالية من الكفاءة وتستفيد من مزايا الانتاج الكبير وتستخدم التكنولوجيا المتطورة .

ب.. وتمسى الحاجة فى الدول النامية الى زيادة الواردات من السلع الانتاجية أو الرأسمالية والوسيطة و الاستهلاكية الأساسية ، فالسلع الانتاجية تعتبر سلعا لاغنى عنها لمشروعات التنمية من أجل زيادة الطاقة الانتاجية فى المجتمعات النامية .

وتعتبر السلع الوسيطة (وهى تتمثل فى مستلزمات الانتاج) سلعا لازمة من أجل التشغيل ، كما تمثل السلع الاستهلاكية الأساسية(كالقمح والزيوت ، ... الخ) سلعا ضرورية لتوفير الطعام فى هذه المجتمعات ، ويمثل تحديد الواردات فى كل مجموعة من هذه المجموعات السلعية مشكلة بارزة .

ج.. وتتمخض الخدمات المصدرة (وبصفة خاصة النقل الجوى والبحرى والاتصالات والتأمين) فى الدول النامية عن متحصلات ضئيلة ، فى الوقت الذى تمثل فيه الخدمات الدولية المستوردة مدفوعات كبيرة ، الا اذا استثنينا بعض المشروعات القليلة فى هذه الدول .

د.. ولايمثل دخل الاستثمارات متحصلات بالنسبة للدول النامية ، على اعتبار أن هذه الدول تعتبر من الوحدات ذات العجز ، اذ هى من الوحدات المتلقية للاستثمارات ، وتقوم بدفع الفوائد والأرباح مقابل ما تستخدمه من استثمارات .

هـ.. وعلى الرغم من أن التحويلات من جانب واحد ، التى لاتمثل التزامات تبادلية (كالمنح والتعويضات ، وتحويلات المغتربين والمهاجرين) ، تعتبر موارد هامة لميزان المدفوعات فى بعض الدول النامية ، الا أنه لايمكن الاعتماد عليها بصفة دائمة ، لأنها تفتقر الى الانتظام والاستمرارية .

و.. اما انتقال رؤوس الأموال الأجنبية الى الدول النامية ، فانه يتخذ صورتين :

الأولى : أن يتم انتقال رؤوس الأموال على أسس تجارية ، وأهم اشكال الاستثمارات الأجنبية الخاصة .

الثانية : أن يتم الانتقال على أسس غير تجارية ، ومن بينها القروض التى تمنح بشروط ميسرة .

وقد تركزت الصورة الاولى فى مجال السلع الأولية التى يزيد عليها الطلب العالمى (زراعية أو معدنية) وبخاصة الاستثمارات [illegible] وبخصوص [illegible] تشير الدلائل على عدم كفاية رؤوس الأموال ، أو عدم امكان التعويل عليها ، فضلا عن أن أسواق الدول النامية لم تعد تجتذب الاستثمارات الخاصة بالقدر الكافى .

وبالنسبة للصورة الثانية ، يلاحظ أن انسياب رؤوس الأموال الى الدول النامية فى شكل قروض تحكمه اعتبارات اقتصادية وسياسية عديدة من أبرزها زيادة تكلفة خدمة القروض الأجنبية (دفع الأقساط والفوائد) ، فضلا عن الشروط السياسية التى تصاحبها ، ومن هنا يمكن القول أن تدفق رؤوس الأموال الأجنبية الى الدول النامية يكتنفه كثير من الصعوبات ، سواء قدمت من دول متقدمة (ثنائية الأطراف) أو من مؤسسات مالية اقليمية أو دولية (متعددة الأطراف) .

تبقى بعد ذلك السياحة الدولية باعتبارها أحد عناصر العمليات الجارية بميزان المدفوعات ، فقد رأينا من قبل كيف أن القطاع السياحى يتفوق على القطاع الأولى فى مجال التصدير من حيث الاعتبارات الخاصة بأسعار بيع المنتجات وتنويع الصادرات ، واستقرار حصيلة النقد الأجنبى ، الأمر الذى يعطى السياحة ميزة نسبية ، فضلا عن أن فرص الدول النامية فى المنافسة فى مجال الصادرات السلعية ، وخاصة بالنسبة للدول التى تمتلك عوامل مرموقة من الجذب السياحى وتستخدمها استخداما ذكيا .

وبالاضافة الى ذلك ما سبق ذكره ، ومما يشجع على استخدام السياحة الدولية كوسيلة لدعم ميزان المدفوعات ، وكأداة لسد فجوة الصرف الأجنبى ، ان معدل زيادة الايرادات السياحية الدولية يفوق معدل زيادة الصادرات السلعية .

٥.. فكرة عن سعر الصرف وأهميته بالنسبة للنشاط الاقتصادى ، مع الاشارة لمصر

يعتبر سعر الصرف الأجنبى من أهم المتغيرات الاقتصادية التى تؤثر فى حركة وايرادات السياحة ، نظرا لوجود عدد من العملات الأجنبية التى يحوزها السائحون ، والتى تتداول أساسا فى البلاد التى جاءوا منها ، ويطلبون تحويلها الى عملة البلد الذى يفدون اليه بغرض السياحة ، ولما كان هؤلاء السائحون يعقدون مقارنة بين قيمة النقود التى لديهم ، والقيمة التى يحصلون عليها بعملة الدولة التى يقضون فيها سياحتهم ، فإن المعدل الذى يتم التحويل على أساسه قد يكون محفزا أو غير محفز من خلال الدخل المتاح للسائح التصرف فيه مقارنا بمستوى الأسعار المحلية فى الدولة السياحية .

وبصفة عامة يمكن القول بأنه هناك علاقة عكسية بين سعر الصرف وايرادات السياحة ، بمعنى أنه اذا قامت احدى الدول السياحية برفع سعر صرف عملتها الى العملات الأجنبية ، فإن ذلك يؤدى الى انخفاض عدد السائحين وعدد الليالى السياحية ، وايرادات هذه الدولة من السياحة ، والعكس صحيح . حيث يؤدى تخفيض سعر الصرف الى زيادة عدد السائحين وعدد الليالى السياحية وحجم التحويلات السياحية .

كثيرا ما تتدخل الحكومات ، وبطرق مختلفة ، للتعجيل بتحقيق التوازن فى ميزان المدفوعات ، ومن بين هذه الطرق تخفيض القيمة الخارجية للعملة الوطنية ، ويعنى تخفيض قيمة العملة الخارجية ، تعديل سعر صرف وحدة العملة الوطنية بالنسبة لوحدات العملات الأجنبية ، ويتم ذلك بقبول الدولة لعدد أقل من وحدات النقد الجنبى مقابل وحدة واحدة من العملة الوطنية .

وتهدف الدولة من تخفيض قيمة عملتها الخارجية ، تشجيع غير المقيمين لشراء السلع والخدمات من أسواقها (ومن بينها الخدمات السياحية) كما تهدف الى عدم تشجيع المقيمين لاستيراد السلع والخدمات من الخارج (ومن بينها الخدمات السياحية) مما يشجع على زيادة الصادرات ويؤدى فى نفس الوقت الى عدم تشجيع المقيمين على الاستيراد من الخارج لارتفاع أسعار السلع والخدمات المستوردة بنفس النسبة ، مما لايشجع على زيادة الواردات . كل ذلك بقصد اعادة التوازن الى ميزان المدفوعات .

وحتى يكون تخفيض القيمة الخارجية للعملة فعالا ، لابد من توافر بعض الشروط ، من أهمها :

١. أن يكون الطلب الخارجي على السلع والخدمات الوطنية طلبا مرنا ، حتى يؤدي انخفاض أسعار السلع والخدمات (المترتب على تعديل سعر الصرف) الى زيادة الكمية المطلوبة بنسبة اكبر ، ومن ثم تزداد حصيلة الصادرات ، اما اذا كان الطلب الخارجي على السلع والخدمات طلبا غير مرن ، فإن التخفيض لن يؤدى الى زيادة كمية الصادرات بنفس النسبة ، الأمر الذى يترتب عليه انخفاض حصيلة الصادرات .

٢. أن يكون عرض السلع المصدرة عرضا مرنا ، حتى يمكن زيادة كمية وحصيلة الصادرات ، اما اذا كان عرض السلع المصدرة عرضا غير مرن ، نظرا لعدم توافر عناصر الانتاج مثلا ، فإن التخفيض لن يؤدى الى زيادة الصادرات ، بل وتقل حصيلتها بمقدار التخفيض .

٣. أن يكون الطلب على الواردات من السلع طلبا مرنا بحيث يؤدى ارتفاع أسعارها (المترتب على تعديل سعر الصرف) الى نقص الكمية المطلوبة بنسبة اكبر ، اما اذا كان الطلب على الواردات غير مرن ، فإن قيمة الواردات تزداد ، الأمر الذى يزيد مشكلات ميزان المدفوعات تعقيدا .

وهكذا نجد أن تخفيض القيمة الخارجية للعملة يتطلب شروطا لابد من توافرها ، حتى تتمكن الدولة التي أجرت التخفيض من علاج ميزان المدفوعات ، والا أدى التخفيض الى نتائج عكسية ، ففى كثير من الحالات نجد أن التخفيض بالاضافة الى أنه لا يؤدى الى زيادة صادرات السلع الوطنية وزيادة حصيلة الدولة من النقد الأجنبي ، فإنه يتمخض عن عدم امكانية التوسع فى الصادرات ، بل انه قد يؤدى الى ارتفاع أسعار الواردات ، ويؤدي بالتالى الى تفاقم مشكلات ميزان المدفوعات .

<u>وقد يكون مفيدا هنا أن نورد أهم الآثار التى قد تصاحب عملية التخفيض</u> :

أ. يؤدى التخفيض الى تغيير شروط التبادل الدولى لغير صالح الدولة التى أجرت التخفيض ، [illegible] قدر اكبر من السلع والخدمات الوطنية مقابل قدر أقل من السلع والخدمات التى يقدمونها

ومن ثم يكون أمرا محمودا اذا كان التخفيض مصحوبا بانخفاض تكلفة الانتاج نتيجة لتحقيق الوفورات ، أو نتيجة لرفع الكفاية الانتاجية .

ب.. قد تؤدى توقعات انخفاض القيمة الخارجية للعملة للتأثير على حصيلة الدولة من النقد الأجنبى من عدة وجوه ، فاذا توقع أصحاب رؤوس الأموال انخفاض قيمة العملة فى بلد معين ، فانهم قد يقدمون على تحويل رؤوس الأموال الى الخارج ، واذا توقع المستوردون الأجانب التخفيض ، فانهم يعمدون الى الانتظار حتى يمكنهم الاستيراد بأسعار أقل .

واذا توقع المستوردون المحليون هذا التخفيض ، فانهم يعمدون الى الاسراع باستيراد السلع قبل ارتفاع أسعارها ، ويؤدى انتقال رؤوس الأموال الى الخارج ، ونقص الصادرات نتيجة لانتظار المستوردين الأجانب ، وزيادة الواردات نتيجة لاسراع المستوردين المحليين فى عملية الاستيراد ، يؤدى كل ذلك الى نقص حصيلة الدولة من النقد الأجنبى .

ج.. يفضى التخفيض الى انتشار ظاهرة التضخم داخل المجتمع ، فزيادة الصادرات (التى يستهدفها التخفيض) تؤدى الى زيادة الطلب على خدمات عناصر الانتاج ، فترتفع أسعار الحصول عليها (زيادة الأجور وعوائد التملك) مما يؤدى بالتالى الى زيادة الانفاق الاستهلاكى والاستثمارى فى المجتمع ، الأمر الذى يترتب عليه زيادة الأسعار فى الداخل .

ومن جهة أخرى تؤدى زيادة أسعار الواردات الى زيادة أسعار السلع المختلفة ، خصوصا اذا كانت الدولة تعتمد بدرجة كبيرة على العالم الخارجى .

د.. قد تقوم بعض الدول بتخفيض قيمة عملتها الخارجية ، مما يدفعنا للتساؤل .. ما هى نتيجة تخفيض القيمة الخارجية للعملة على التدفق السياحى؟

نظرا الى أن تكلفة الرحلة تلعب دورا هاما فى تحديد المكان المقصود ، فإن الدولة المستقبلة تحاول أن تجعل سوقها سوقا تنافسية ، وتتخذ من الأسعار وسيلة هامة لتحقيق هذا الهدف .

ويعتبر سعر صرف العملة أحد الأدوات التى يمكن استخدامها بكفاءة لزيادة التدفق السياحى اليها وزيادة حصيلتها من النقد الاجنبى ، كما حدث فى المكسيك فى منتصف الستينات تخفيض القيمة الخارجية لعملتها ، مما ساعد على حفز التدفق السياحى اليها .

وقد يتم زيادة التدفق السياحي عن طريق تقرير سعر صرف تمييزي للقطاع السياحي على النحو الذي اتبعته بعض الدول المتقدمة كفرنسا ، والنامية كسيرى لانكا ، وهذا اجراء تيسيري للسائحين الأجانب ، يشعرهم بأنهم محل ترحيب في البلد المضيف .

وتؤثر في حصيلة النقد الأجنبي الاجمالية عدة عوامل نذكر منها ثلاثة عوامل رئيسية :

أولا : زيادة الواردات السياحية (طبقا للميل السياحي للاستيراد في الدول المستقبلة) :

ويتمثل الميل السياحي للاستيراد في ذلك الجزء من كل من وحدات الانفاق السياحي الذي يخصص لشراء سلع وخدمات من الخارج ، وهو يمثل أحد أشكال التسرب في الاقتصاد القومي .

وقد تتمثل الواردات في سلع وخدمات يستهلكها السائحون ، أو يستخدمها القطاع السياحي بصفة مباشرة ، وقد تتمثل في واردات المواد الخام والسلع المصنوعة والخدمات للمنتجين الذين يوردون سلع وخدمات للقطاع السياحي .

ويتحدد حجم الواردات بمدى قدرة الاقتصاد المحلي على اشباع الطلب السياحي من السلع والخدمات ، وفي كثير من الحالات ، ولاسيما في الدول النامية ، يفتقر الاقتصاد المحلي الى الطاقة الانتاجية أو التنوع فيها لمواجهة احتياجات القطاع السياحي .

ثانيا : تحويلات العمالة المغتربة (سبق الاشارة اليها) .

ثالثا : تأثير الاستثمارات الأجنبية (سبق الاشارة اليها) .

وتعتبر مشكلة سعر صرف الجنيه المصري بالنسبة للعملات الأجنبية مشكلة مزمنة في مصر ، وعادة ما يكون هناك فجوة بين سعر الصرف الرسمي وسعر الصرف الواقعي ، ويتوقف حجم التعامل خارج البنوك على قدر هذه الفجوة ، فاذا كانت الفجوة كبيرة ، فان ذلك يشجع على التعامل في العملات الأجنبية خارج البنوك ، اما اذا كانت ضئيلة فان ذلك يشجع على التعامل مع هذه البنوك .

ويلاحظ أنه منذ أوائل التسعينات من هذا القرن ، عندما أعلنت الحكومة المصرية عن أسعار صرف واقعية للجنيه المصري بالنسبة للعملات الأجنبية ، يتم التعامل على أساسها بالبنوك ، فقد أصبح التعامل خارج هذه البنوك يكاد يكون معدوما ، ولاشك أن استقرار سعر الصرف يعتبر عاملا هاما من عوامل الاستقرار الاقتصادي ، نظرا الى أن تكلفة الرحلة تلعب دورا هاما في المكان المقصود .

تذكر أن ...

١. ميزان المدفوعات الدولية :

" سجل تدون به كافة المعاملات الاقتصادية التى تمت بين المقيمين وغير المقيمين خلال فترة زمنية معينة هى سنة "

٢. أقسام ميزان المدفوعات :

- تمثل المعاملات التى تدرج فى ميزان المدفوعات تدفقات اما للداخل (متحصلات) وتصبح الدولة بذلك دائنة . وإما تدفقات للخارج (مدفوعات) وتصبح الدولة بذلك مدينة .

- المعاملات التى يشتمل عليها ميزان المدفوعات تخلق متحصلات ومدفوعات دولية تنقسم الى نوعين :
  - أ. معاملات تحدث فى سوق السلع والخدمات .
  - ب. معاملات تتضمن شراء وبيع الأصول .

- يسجل ميزان الحساب الجارى الصادرات والواردات من السلع المادية ومختلف أنواع الخدمات ، بالاضافة الى التحويلات .

- تمثل الصادرات المنظورة فى قيمة السلع المباعة من المقيمين بالبلد الى غير المقيمين ، وتنتقل هذه السلع من داخل البلد عبر حدوده السياسية الى خارجه .

- بالنسبة للصادرات والواردات غير المنظورة فهى تتمثل فى تبادل الخدمات بين مقيمى البلد وغير المقيمين فيه – مثل :
  - خدمة نقل الركاب وشحن البضائع بالطرق البحرية والجوية .
  - خدمة التأمين التى تقدم لأفراد او بضائع .
  - خدمة سياحة وتشمل كافة الخدمات التى تقدم للمسافرين خارج محل اقامتهم .

- ميزان الحساب الجاري للبلد يسجل في الجانب الدائن كافة العمليات الجارية التي يترتب عليها متحصلات للبلد سواء كانت صادرات منظورة أو غير منظورة .
- ويسجل في الجانب المدين كافة العمليات الجارية التي يترتب عليها مدفوعات تدفعها البلد سواء كانت واردات منظورة أو غير منظورة .
- ميزان حساب رأس المال :

تسجل فيه التعاملات التي تغير من أصول وخصوم الدولة أمام العالم الخارجي .

٣.. تأثير النشاط السياحي على عناصر ميزان المدفوعات من عدة وجوه مثل :

- المتحصلات السياحية وتتمثل في انفاق السائحين الأجانب .
- متحصلات ومدفوعات خدمات النقل الدولية .
- صادرات وواردات السلع المختلفة للأغراض السياحية .
- متحصلات أو مدفوعات الفوائد والأرباح على الاستثمارات السياحية .
- التحويلات النقدية من جانب العاملين في القطاع السياحي .
- الانفاق على التسويق السياحي والدعاية والاعلان .
- الاستثمارات الأجنبية في مجال السياحة والفندقة .

٤.. أثر السياحة الدولية في تدعيم ميزان المدفوعات في الدول النامية ومنها مصر :

يجب أن تقوم الدول النامية ومنها مصر ، بالتنمية السياحية من أجل تحقيق النمو الاقتصادي فيها ودعم موازين مدفوعاتها ، على اعتبار أن العناصر الأخرى في هذه الموازين تواجه عدة مشكلات – أهمها :

- تواجه صادرات السلع في الأسواق العالمية صعوبات كثيرة منها التقلبات التي تحدث في أسعار المنتجات الأولية في الأسواق العالمية .
- مشروعات التنمية في مصر في حاجة الى زيادة الواردات من العدد والآلات وكذلك من السلع الاستهلاكية الأساسية (كالقمح والزيوت وغيرها) .

أن حصيلة الخدمات الدولية المصدرة (النقل الجوى والبحرى والتأمين) ضئيلة فى البلاد النامية ، بينما هى تدفع مدفوعات كبيرة نظرا لحاجتها الى الخدمات الدولية .

- يتوقف سعر الصرف على العرض من العملة ، والطلب عليها فى سوق الصرف ويعنى ذلك أن العرض من العملة والطلب عليها يرتبط بمجموعة من العناصر الدائنة والمدينة التى يتكون منها ميزان المدفوعات .

- ان استقرار سعر الصرف يعتبر عاملا هاما من عوامل الاستقرار الاقتصادى .

... أهم المراجع ...

١. حسن رجب / النهضة السياحية / الدار القومية للطباعة ١٩٨٨

٢. د . حمدى عبد العظيم / دور السوق المصرفية الحرة للنقد الأجنبى فى تنشيط السياحة فى مصر / مؤتمر السياحة واقتصادياتها وادارتها / القاهرة ١٩٨٨

٣. د . حمدى عبد العظيم / الآثار الاقتصادية للحركة السياحية فى مصر / مجلة مصر المعاصرة / ١٩٨٤

٤. د . حمدى عبد العظيم / اقتصاديات السياحة / مكتبة زهراء الشرق / ١٩٩٦

٥. سامى عبد المعطى / التخطيط السياحى فى مصر / الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨٩

٦. د . صبرى عبد السميع حسين / اقتصاديات السياحة / دون ناشر / ١٩٩٥

٧. د . صلاح الدين عبد الوهاب / السياسة القومية للتسويق السياحى / ١٩٨٤

٨. د . صلاح الدين عبد الوهاب / النظرية العامة للسياحة / ١٩٩١

٩. د . صلاح الدين عبد الوهاب / تخطيط الموارد السياحية / دار الشعب / ١٩٨٨

١٠. د . عبد الرحمن سليم / شركات السياحة ووكالات السفر / ١٩٩٥

١١. د. محسن أحمد الخضيرى / التسويق السياحى / مدبولى ١٩٨٩

١٢. د. محمد موسى عثمان / النقود والبنوك / ١٩٩٧

١٣. د. محمد موسى عثمان / محاضرات فى التجارة الخارجية / ١٩٩٧

١٤. د. محمد موسى عثمان / مبادىء النظرية الاقتصادية / ١٩٩٧

١٥. د. محمد موسى عثمان / محاضرات فى اقتصاديات السياحة / ١٩٩٧

١٦. محمود كامل / السياحة الحديثة علما وتطبيقا / الهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٨٥

١٧. د. نبيل الروبى / اقتصاديات السياحة / مؤسسة الثقافة الجامعية / ١٩٨٩

١٨. د. نبيل الروبى / نظرية السياحة / مؤسسة الثقافة الجامعية / ١٩٨٩

الفهرس

رقم الإيداع بدار الكتب
رقم الإيداع ٩٧/١٠٠٤٧
الترقيم الدولى I.S.B.N.
977-19-4123-2

